

TARTU ÜLIKOOL
Majandusteaduskond

Heleri Ilves

**EESTI LEMMIKLOOMATURGU MÕJUTAVAD
TEGURID TÕUKOERTE NÄITEL**

Bakalaureusetöö

Juhendaja: lektor Juta Sikk

Tartu 2015

Soovitan suunata kaitsmisele..... Juta Sikk

Kaitsmisele lubatud „ „ 2015. a

Majanduse modelleerimise õppetooli juhatajavan. teadur Jaan Masso

Olen koostanud töö iseseisvalt. Kõik töö koostamisel kasutatud teiste autorite tööd, põhimõttelised seisukohad, kirjandusallikatest ja mujalt pärinevad andmed on viidatud.

.....

(töö autori allkiri)

SISUKORD

SISSEJUHATUS	4
1. LEMMIKLOOMATURU SPETSIIFIKA JA SEDA MÕJUTAVAD TEGURID	6
1.1. Lemmikloomaturu spetsiifika ja probleemid	6
1.2. Lemmikloomaturu nõudlust mõjutavad tegurid	11
1.3. Lemmikloomaturu pakkumist mõjutavad tegurid	16
2. LEMMIKLOOMATURG EESTIS JA SEDA MÕJUTAVAD TEGURID	21
2.1. Tõukoerte nõudlust mõjutavad tegurid Eestis	21
2.2. Tõukoerte pakkumist mõjutavad tegurid Eestis	32
2.3. Saadud tulemused ning järeldused lemmikloomaturu kohta.....	41
KOKKUVÕTE.....	47
VIIDATUD ALLIKAD	50
LISAD	53
Lisa 1. Lemmikloomaturu nõudluse küsimustik.....	53
Lisa 2. Lemmikloomaturu pakkumise küsimustik.....	56
SUMMARY	58

SISSEJUHATUS

Käesolev bakalaureusetöö käsitleb Eesti lemmikloomaturu olukorda ja spetsiifikat ning lemmikloomade nõudlust ja pakkumist mõjutavaid tegureid. Kuna andmed Eesti lemmikloomade kohta on väga piiratud, siis keskendub autor tõukoertele, kelle andmed on kättesaadavamad. Töö autor selgitab välja Eesti lemmikloomade nõudlust ja pakkumist mõjutavad tegurid tõukoerte näitel.

Teema aktuaalsus tuleneb Eesti lemmikloomaturul toimuvast ületootmisest. Kuna nõudlust pole piisavalt, siis on suur hulk lemmikuid ilma kodudeta. Kõige hullem on olukord kasside ja koerte hulgas, kellest paljud satuvad varjupaika. Teiseks üha enam esile kerkivaks probleemiks on väga kergekäeline loobumine oma lemmikutest siis, kui mõni probleem ilmneb. Seega vajavad ka need lemmikud, kellest lihtsalt loobutakse, uusi kodusid ning see muudab olukorra lemmikloomaturul veel keerulisemaks.

Eesti peetakse lemmikloomadena kodus kõige enam koeri ja kasse, kuid leidub ka teisi lemmikuid. Näiteks Eesti Lemmikloomaregistrisse on oma lemmiku kandnud 41598 koeraomanikku, 10333 kassiomanikku, 228 tuhku omanikku, 11 hobuse omanikku, 10 jänese omanikku, üks hamstriomanik, üks meriseaomanik ning ühe mao omanik, lisaks veel üheksa mõne muu loomaliigi omanikku. Seega on kokku Eesti Lemmikloomaregistris 52206 looma ja nende omanike andmed. Sellest statistikast tuleb välja, et koeraomanikud kiibivad oma lemmikuid oluliselt rohkem, kui teisi lemmikuid omavad inimesed ning seega ongi andmed koerte (eriti tõukoerte) kohta kättesaadavamad.

Töö eesmärgiks on välja tuua peamised lemmikloomade nõudlust ja pakkumist mõjutavad tegurid Eestis tõukoerte näitel. Eesmärgi saavutamiseks püstitas autor järgmised uurimisülesanded:

- anda ülevaade lemmikloomaturust ja selle spetsiifikast;

- tuua välja lemmikloomaturu nõudlust ja pakkumist mõjutavad tegurid;
- koostada ning läbi viia küsitlus koerakasvatajate, praeguste ja potentsiaalsete koeraomanike hulgas;
- välja selgitada lemmikloomaturgu mõjutavad tegurid tõukoerte näitel;
- esitada järeldused ja ettepanekud lemmikloomaturu kohta.

Töö teoreetilises osas annab autor ülevaate lemmikloomaturu spetsiifikast, tuues välja lemmikloomaturule iseloomulikud jooned ja probleemid. Peale selle iseloomustab töö autor nõudluse ja pakkumise üldist teoreetilist külge. Töö teoreetilises osas tugineb autor põhiliselt Mankiw ning Pindyck'i ja Rubinfeld'i töödele.

Empiirilises osas keskendub autor tõukoertele, sest kogu lemmikloomaturu analüüsi tegemiseks puuduvad vajalikud andmed. Tõukoerte kohta käivad üldandmed saab autor Eesti Kennelliidust ja FCI (*Federation Cynologique Internationale*)'st. FCI näol on tegemist katusorganisatsiooniga, mis ühendab üle maailma toimivaid tõukoerte aretamisega tegelevaid organisatsioone (näiteks Eesti Kennelliit). Tõukoerte nõudlust ja pakkumist mõjutavate tegurite välja selgitamiseks viib töö autor läbi kaks küsitlust, millest üks keskendub nõudlust mõjutavate tegurite väljaselgitamisele ning teine pakkumist mõjutavate tegurite väljaselgitamisele. Seejärel autor analüüsib mõlema küsitluse tulemusi, teeb järeldused Eesti lemmikloomaturu kohta ning pakub välja võimalikke lahendusi probleemidele.

Tööd iseloomustavad märksõnad: lemmikloomaturg, nõudlus, pakkumine, tõukoerte turgu mõjutavad tegurid.

1. LEMMIKLOOMATURU SPETSIIFIKA JA SEDA MÕJUTAVAD TEGURID

1.1. Lemmikloomaturu spetsiifika ja probleemid

Lemmikloom on inimese isiklikuks meelelahutuseks või seltsiks peetav või sellel eesmärgil pidamiseks mõeldud loom. Lemmiklooma kohta käivaid sätteid kohaldatakse ka eriülesannete täitmiseks treenitud loomale, keda kasutavad näiteks pimedad, politsei või päästeamet. (Loomakaitseseadus 2001 Turu moodustavad ostjad ja müüjad, kes läbi oma tegevuse kujundavad hinna, millega pakutakse tooteid või teenuseid. Samuti on oluline määratleda turu piirid, nii geograafilised kui ka pakutav erinevate toodete hulk konkreetsel turul. (Pindyck, Rubinfeld 2009: 7-9) Lemmikloomaturu moodustavad seega loomad, keda müüakse ja ostetakse inimeste poolt, kes pakuvad ja soovivad osta lemmikut.

Eestis puuduvad konkreetsed seadused, mis sätestaks lemmikloomade müümise ja ostmise nõuded. Eestis on vastu võetud küll määrus, mis sätestab lemmikloomade pidamise nõuded (Lemmikloomade ... 2008), kuid selles ei kajastu ostu-müügiga seonduvaid punkte. Seega on tavaliselt kokkuleppe küsimus, millistel tingimustel lemmikloom ostetakse või müüakse.

Ühe erandina võib välja tuua tõukoerad, kelle puhul Eesti Kennelliit on kehtestanud nõuded müüjale. Kõik Eesti Kennelliidus kennelnime omavad kasvatajad peavad allkirjastama kasvataja kohustuslepingu, mille kohaselt tuleb koer müüa kirjaliku lepinguga. Koer peab müügi hetkeks olema terve, vähemalt seitse nädalat vana, märgistatud, läbinud ussikuuri, eakohaselt vaksineeritud, omama lemmikloomapassi ja registreerimistunnistust. (Kasvataja kohustusleping 2015) Samuti määratakse ostja ja

müüja vahel sõlmitavas lepingus mõlema poole õigused ja kohustused, mis peaks andma teatava kindlustunde mõlemale poolele.

Nagu igal teisel toodete turul, pakutakse ka tõukoerte turul niinimetatud odavamalt järgi tehtud kaupa. Selle all mõtleb töö autor registreerimistunnistusega tõukoeri. Väljendi registreerimistunnistusega tõukoer all mõeldakse tegelikult mingi tõu laadseid koeri, kellele müüjad on ebaausalt juurde lisanud tõunime või registreerimistunnistustega koerte järglasi, kellele on mingil põhjusel jäetud vajalikud dokumendid vormistamata. Küsimusele, miks koeral puhtatõulisust kinnitavaid pabereid pole, võib sageli vastuseks saada, et ei taheta müüa näitusekoeri või kui koerale dokumendid vormistada, siis hind tõuseb kohe mitmekordseks. Kuna aga näiteks Eesti Kennelliidus maksab ühe kuni 3-kuuse kutsika registreerimine kennelliidu liikmele 13 eurot, mitteliikmele 20 eurot (EKL teenuste hinnakiri 2015), siis seega on registreerimistunnistuse osa koera müügihinna juures väga väikese osakaaluga.

Turuteooria kohaselt peaks tõusma ühe hüvise hind, kui teise hüvise pakutav kogus väheneb ning esimese hüvisega on võimalik teist hüvist asendada (Kirzner 2007: 9-10). Asenduskaubana võib vaadelda ka registreerimistunnistusega tõukoeri. Kui tõukoerte turul ei ole mingil ajahetkel näiteks labradoride kutsikaid pakkuda, siis on võimalik labradorilaadsete koerte müüjatel kõrgemat hinda küsida, sest puudub originaalkaup, mida muidu võiks osta.

Eestis kehtiva tarbijakaitseseaduse kohaselt (Tarbijakaitseseadus 2004) on tarbijat eksitava või ebaausa kauplemisvõtte kasutamine keelatud. Kauplemisvõtet peetakse eksitavaks, kui esitatud teave on ebaõige või õige teave on esitatud viisil, mis petab tõenäoliselt tarbijat ning seetõttu teeb tarbija tehingu, mida ta muidu tõenäoliselt teinud ei oleks. Teavet peetakse ebaõigeks, kui see sisaldab valeandmeid ühe või mitme järgneva asjaolu kohta (Tarbijakaitseseadus 2004):

- kauba või teenuse olemasolu või olemus;
- kauba või teenuse peamised omadused;
- kaupleja kohustuse ulatus, kauplemisvõtte kasutamise ajend ja müügiprotsessi laad ning mis tahes avaldus või sümbol, mis seondub otsese või kaudse sponsorlusega või kaupleja, kauba või teenuse tunnustamisega;

- hind või hinna arvutamise alused või konkreetse hinnaeelise olemasolu;
- hoolduse, varuosade, asendamise või parandamise vajadus;
- kauplejana tegutsevat isikut või tema esindajat kirjeldavad tunnused ja õigused, sealhulgas kaupleja nimi ja juriidiline vorm, tema vara, kvalifikatsioon, staatus, tunnustamine, kuuluvus või seotus ja õigused tööstus-, kaubandus- või intellektuaalsele omandile või saadud autasud ja tunnustused;
- tarbija õigused, kaasa arvatud õigus nõuda asja asendamist või saada hüvitist vastavalt võlaõigusseadusele.

Sellest tulenebki järgmine probleem lemmikloomade turul - Eestis puuduvad sanktsioonid ja karistused inimestele, kes eksitavaid kauplemisvõtteid kasutades oma loomi müüvad. Ostjad ei ole tihti endale enne looma soetamist selgeks teinud, mis on tõutunnistus ehk registreerimistunnistus ning mida selle omamine või mitteomamine tähendab. Seda kasutavad registreerimistunnistusega tõukoerte müüjad ära ning veenavad inimesi, et tõutunnistus ei anna midagi, halvemal juhul jagatakse valeinformatsiooni, et tõutunnistus kohustab koeraga näitustel käima. Kui hiljem selgub, et koeral, kes osteti tõukoerana ilma tõutunnistusega, ei ole kõiki tõule omaseid tunnuseid või ilmnevad mingid haigused või iseloomuvead, siis on omanik oma murega üksinda, sest enamasti müüakse selliseid koeri ilma lepinguta ning peale kutsika üleandmist ei ole kutsika kasvatajal enam mingeid kohustusi.

Üheks oluliseks mõjutajaks lemmikloomaturul on hind. Hinna kujunemise paremaks mõistmiseks on oluline teada erinevaid hinnakujunduse meetodeid. Hinnakujundamise meetodid jagatakse järgmiselt: (Müügihinna kujundamine ... 2015)

- kulupõhine hinnakujundus – koosneb toote või teenuse valmistamise kuludest ning sellele juurde lisatavast kasumi summast.;
- väärtuspõhine hinnakujundus – oluline on kliendi poolt tajutud väärtus ehk mida erilisem toode, seda kõrgemat hinda saab küsida;
- konkurentsi- (ehk turupõhine) hinnakujundus – oluline on konkurentide hind.

Lemmikloomade turul ei ole kasutusel ühte hinnakujundamise meetodit. Võib leida seoseid kõigi eelpool kirjeldatud hinnakujundamise meetoditega. Kutsika hinna kujundamisel mängivad suurt rolli vanemate saavutused ning sugupuu. Mida paremast

sugupuust on pärit kutsika ema ja isa, seda kõrgem võib olla ka kutsika hind. Samuti on olulised vanemate tulemused näitustel ja töökatsel. (Millest sõltub ... 2015) Tõukoerte puhul on võimalik välja tuua mitmeid vähem levinud ja ekstreemsemaid tõuge. Selliste tõugude kutsikad maksavad tavaliselt rohkem kui keskmine tõukoera kutsikas. Need ostjad on tavaliselt enne endale selgeks teinud, et nad soovivad just sellist tõugu kutsikat ning on valmis selle kutsika eest ka kõrgemat hinda maksta. Konkurentsipõhist hinnakujundust kohtab tõukoerte turul ilmselt kõige vähem. Enamuste kasvatajate jaoks ei ole hind tavaliselt esmatähtis, kuid on nn kutsikavabrikuid, kus toodetaksegi kutsikaid teenimise eesmärgil. Sellistel puhkudel kujundatakse ka hind vastavalt turule, peamine eesmärk on ju kutsikad kiiresti maha müüa ja võimalikult suurt kasumit teenida.

Eraldi saab veel välja tuua võimaluse osta koer kaasomandisse ehk rendile. Kaasomand ehk rent tähendab küll kutsika müümist, kuid ainult teatud osas. Kuna tavaliselt müüakse kaasomandisse pesakonna kõige lubavam kutsikas, siis soovib kasvataja seda kutsikat edaspidi aretuses kasutada. Koera kaasomandisse müügi puhul kolib koer kasvataja juurest ostja juurde, kuid teatud kohustused ja õigused jäävad ka kasvatajale. Kaasomandi puhul sõlmitakse ostja ja kasvataja vahel väga detailne leping, et vältida hilisemaid probleeme. (Koer rendilepinguga ... 2015)

Igal tavalisel turul on müüja eesmärgiks kaup maha müüa ja seda võimalikult kõrge hinnaga. Parema müügitulemuse saavutamiseks kasutatakse erinevate klientide juures erinevaid lähenemisi. (Giacobbe, *et al.* 2006: 115-116) Samuti kasutatakse aktiivselt reklaame oma toodete ja teenuste turustamiseks. Reklaamid on suunatud just kindlale sihtgrupile, kellele on mõeldud ka pakutav toode või teenus. (Saffer, Chaloupka 1999: 2-3) Lemmikloomaturul ei tohiks ühegi müüja eesmärgiks olla kaup võimalikult kiiresti maha müüa ning teenida võimalikult suurt kasumit. Kuna tegu on siiski elava olendiga, kes terve oma elu veedab ostjaga, peaks müüja enne veendumat, et tegemist on ikka sobiliku inimesega selle looma eest hoolitsema. Tõukoerte turul ongi müüja see, kes valib, kellele oma kasvandikke müüa või mitte. On täiesti tavaline nähe, et kasvataja keeldub oma kasvandikke müümast ebasobivatele potentsiaalsetele ostjatele. Samuti ei kiirusta vastutustundlikud kasvatajad kutsikate müügiga. Reklaami teevad kasvatajad kutsikatele üldiselt üsna vähe, tavaliselt võib infot leida ainult kasvataja kodulehelt.

Seega ongi olukord lemmikloomade turul tihti tagurpidine, st ostjad otsivad ise üles sobivat tõugu koeratõugu kasvatavad inimesed ning pöörduvad siis nende poole oma sooviga kutsikat osta. Ka koerte hind on tihti läbirääkimiste küsimus, sest kasvatajate põhieesmärk ei ole mitte kasum, vaid konkreetse tõu arendamine. Koeri müüakse tihti odavamalt ning ka järelmaksuga, kui kasvataja silmis on tegu sobiva omanikuga.

Müügikanaleid kasutatakse sõltuvalt tootest või teenusest väga erinevaid. Põhilisteks müügikanaliteks on: (Sales and ... 2006: 2)

- jaemüüjad;
- hulgimüüjad;
- otsemüüjad;
- internet.

Lemmikloomade turul kasutatakse tänapäeval loomade müümiseks ja ostmiseks üldiselt interneti. Loomulikult peab ostja enne müügitehingu sooritamist müüjaga kohtuma, sest ostja soovib reaalselt näha kutsikat ja müüja ostjat, kuid sobiva lemmiku leiab kõige tõenäolisemalt ikkagi interneti abil. Eestis leidub ka mitmeid lemmiklooma poode, kus müüakse lemmikuid. See on loomakaitsjate poolt küll taunitav, aga keelatud seda Eestis senini ei ole.

Igal turul peaks ideaalis valitsema turutasakaal. Tasakaalu saavutamiseks peavad nõudlus ja pakkumine olema võrdsed. (Hayes 2006: 3) Vabal turul mõjutab turumehhanism hinda seni, kuni nõudlus ja pakkumine on võrdsed. Alati ei saa aga turul valitseda tasakaal. Kui toodetakse rohkem kui on nõudlust, siis toimub ületootmine, mille tagajärjel peaks toote hind langema. Teise võimalusena on nõudlus turul suurem kui pakkumine. Sellisel puhul hakkab nõutava kauba hind tõusma, kuna tegu on defitsiitse kaubaga. (Pindyck, Rubinfeld 2009: 25-26) Ülemaailmselt toimub pidevalt suur loomade ületootmine. Näiteks USA-s leiab kodu üks kümnest sündinud koerast ja vaid üks kaheteistkümnest sündinud kassist. Igas tunnis hukatakse USA-s 800 koera ja kassi ja kui mõelda tervele maailmale, siis on see number hirmuäratavalt suur. (Breeders... 2015) Eestis ei ole olukord küll nii hull kui USA-s, kuid ka Eestis toimub suur koerte ja kasside üleproduktioon. 2013. aastal sattus Eestis varjupaikadesse 2600 looma, neist 392 said tagasi oma koju tagasi ning 833 leidsid uue kodu (Loomade

statistika ... 2015). Eutanaasiat rakendatakse Eesti varjupaikades õnneks oluliselt vähem kui USA-s. Eutanaseeritakse ainult agressiivsed või ravimatult haiged loomad. Kõik loomad, kes on terved ja sotsiaalsed, saavad võimaluse uus kodu leida. Kuigi riik tasub varjupaikadele looma hoidmise eest ainult 14 esimest päeva, ootavad mõned loomad varjupaikades mitmeid aastaid uusi kodusid. (Meie seisukoht ... 2015)

Lisaks igal aastal juurde sündivatele lemmikloomadele otsitakse kodu ka teise ringi loomadele ehk nendele loomadele, kelle omanikud neist loobuvad või kelle eest ei hoolitseta. Sellistel puhkudel oleks vaja loomaomanikult sisse nõuda looma ravikulud või looma tekitatud kahju, selleks peaks olema võimalik loomaomanik kindlaks teha. Eestis on küll oma looma kiipimine kohustuslik, kuid registrisse kandmine mitte. Registratega (Lemmikloomaregister või Eesti lemmikloomaregister) on liitunud 213-st omavalitsusest ainult 37. Ülejäänud omavalitsustes on kasutusel vihikuregistrid, nagu veterinaarid neid kutsuvad. Janne Orro sõnul (Eestis leidub ... 2015) on kiibist kasu ainult siis, kui looma ja omaniku andmed on kantud registrisse. Registreerimata kiibist ei ole looma kadumisel mingit kasu, sest looma ei ole võimalik tema omanikuga siduda. Kui loom satub varjupaika, siis kontrollitakse looma kiibinumbrit. Kui loom on registreeritud ühte registrisse, siis leitakse omanik kerge vaevaga. Kui aga andmed puuduvad ning tegu on tõukoeraga, siis pöördub varjupaik Eesti Kennelliidu poole. Vihikuregistritest puudub varjupaikadel aga igasugune ülevaade.

Töö autor leiab, et lemmikloomaturg erineb mitme aspekti poolest tavalisest turust ning käesolevas peatükis tõi autor need erisused välja. Kõige suuremateks erisusteks on, et kasvataja valib ostjaid ning turul ei ole pakkujate jaoks kõige olulisem kasumi teenimine.

1.2. Lemmikloomaturu nõudlust mõjutavad tegurid

Turunõudlus näitab, kui palju on inimesed valmis hüvist ostma mingi kindla hinna eest. Tavaliselt on kliendid valmis ostma rohkem, kui hind on madalam. Samuti võib madalam hind anda võimaluse hüvist tarbida nendele inimestele, kes enne ei olnud võimelised seda endale lubama. (Pindyck, Rubinfeld 2009: 23)

N. Mankiw (2011: 70-71) nimetab peamisteks nõudlust mõjutavateks teguriteks järgmisi:

- kauba hind;
- sissetulek;
- asenduskaupade hinnad;
- inimeste eelistused;
- tulevikuootused;
- tarbijate hulk.

Mikroökonoomilise lähenemise kohaselt on üheks peamiseks nõudlust mõjutavaks teguriks hüvise hind. Sinna juurde lisatakse, et kõigi teiste pakutavate hüvistehinnad on konstantsed. (Nicholson, Snyder 2008: 187) Lemmikloomade turul on samuti hind üheks peamiseks nõudlust mõjutavaks teguriks. Leidub selliseid ostjaid, kes lähtuvad ainult koera hinnast. Ostetakse sealt, kust odavamalt saab, kuid ei veenduta koera heas tervises, korralikus sugupuus ja veel paljus muus olulises. (Nõuandeid ... 2015) Tavaliselt on hind sobiva ostja puhul ka läbiräägitav, sest õige kasvataja esmane huvi on ikkagi koerale sobiv kodu leida, mitte kiiresti tulu teenida. Lemmikloomade turul ei ole hinnad kunagi konstantsed, sest enamasti kujuneb looma hind ostja ja müüja vahelise läbirääkimise tulemusena.

Lisaks hinnale on oluline nõudluse mõjutaja inimeste sissetulek, sest suurem sissetulek võimaldab hüvise eest rohkem maksta (Pindyck, Rubinfeld 2009: 23). Majanduslanguse ajal vähenes paljude inimeste sissetulek ning seoses sellega paluti lemmikloomade turul kasvatajatelt järelmaksu või üritati hinda alla tingida (Kas ... 2015). Kui inimeste sissetulekud suurenevad, siis peaks nõudlus samuti suurenema. Suurenenud sissetulekud annavad võimaluse hüvist tarbida ka neile, kes seda varem rahalistel põhjustel tarbida ei saanud. (Pindyck, Rubinfeld 2009: 114)

Asenduskaupade olemasolu ja nende hind mõjutavad samuti nõudlust. Kui esmane kaup kallineb, siis asenduskaupade olemasolul võib inimene valida odavama kauba, mis täidab sama funktsiooni. (Pindyck, Rubinfeld 2009: 119) Autor kirjeldas ka eelnevas alapunktis asenduskaupade rolli lemmikloomade turul. Tõukoerte turul on asenduskaubaks registreerimistunnistusega tõukoerad. Kui ostja leiab, et tõukoerte

hinnad on liiga kõrged, siis sageli valitakse odavam variant ehk ostetakse registreerimistunnistusega tõukoer. Tegelikult on registreerimistunnistusega tõukoerad piraatkaup, mida vastutustundlikud kasvatajad väga taunivad. Tõutunnistusega tõukoerte hind on madalam tavaliselt mõnel ebaselgel põhjusel. Tihti on aretuses kasutatud koerte tervis uurimata või esineb neil iseloomuvigu. Selliseid koeri ei tohiks tegelikult üldse järglaste saamiseks kasutada, sest ka järglastel võib esineda nii tervise kui ka iseloomu viga. Heausksed ostjad ise kahjuks sellele ei mõtle ning lähtuvad ainult koera hinnast. Seega ei tohiks tõukoerte turul otsustada asenduskauba ehk registreerimistunnistusega koera kasuks, sest hiljem tekkivad probleemid võivad osutuda väga kulukateks ja emotsionaalselt raskeks.

Lemmikloomade nõudlust mõjutavad ka inimeste eelistused ja mood. Selle all mõeldakse näiteks mõne koeratõu kiiret populaarsuse kasvu. Varem olid Eestis populaarsed suurt kasvu koeratõud, praegu on Eestis populaarsed väikesed koerad nagu chihuahuad ja yorkshire'i terjerid, kelle järele on suur nõudlus (Kas ... 2015). Üldiselt järgneb kiirele populaarsuse kasvule ka kiire langus (Acerbi 2013), populaarsete koeratõugude nõudlus kasvab ning teiste tõugude nõudlus väheneb. Populaarseid tõuge hakkavad paljundama ka nn kutsikavabrikud, kus müüja ainsaks huviks on kiire tulu teenimine. Selline tegevus mõjub aga tõule negatiivselt, sest aretuses kasutatakse ka selliseid koeri, kes selleks tegelikult ei sobi.

Hetke nõudlust võivad mõjutada ka inimeste tulevikuootused. Kui näiteks inimene usub, et tema sissetulek on järgmisel kuul suurem, võib ta jätta praegu mõne ostu sooritamata ja teha seda järgmisel kuul. (Mankiw 2011: 71) Ka lemmikloomaturul võib inimene jätta ostu sooritamata, kui ta usub, et tulevikus langevad lemmikute hinnad. Samuti võib ost sooritamata jääda, kui inimene arvab, et tema majanduslik olukord on tulevikus parem ning seega saab ta oma lemmikule paremaid tingimusi pakkuda. Tõukoerte turul võib ost sooritamata jääda ka põhjusel, et inimene usub, et tulevikus sünnib temale sobivam kutsikas (sobivam kas siis välimuselt, iseloomult või tööomadustelt).

Nõudlus sõltub mingil määral ka tarbijate üldisest arvust turul. Kui turul on vähe tarbijaid, siis ei saa nõudlus mingi kauba järele suur olla ja vastupidi. Lemmikloomade nõudlus Eestis on üsna suur, kuigi tarbijaid Eesti lemmikloomaturul väga palju ei ole.

Eestis on alati peetud üsna palju lemmikloomi võrreldes põhjanaabritega, kuigi varasemalt oli Eestis peres üks, äärmisel juhul kaks lemmikut korraga. Skandinaaviamaades vastupidiselt aga oli loomapidajaid vähem, kuid lemmikuid oli kodus korraga rohkem. Praeguseks on Eestis tunduvalt kasvanud kodude hulk, kus peetakse mitut lemmiklooma. (Vesik 2008: 71)

Lisaks N. Mankiw'i poolt välja toodud nõudlust mõjutavatele teguritele saab lemmikloomaturu osas veel nimetada mitmeid olulisi nõudlust mõjutavaid tegureid. Kuna tegu ei ole päris klassikalise turuga, siis leiab autor, et vajalik on ka neid lisategureid täpsemalt kirjeldada. Nendeks lemmikloomaturu nõudlust mõjutavateks lisateguriteks on:

- riigi majanduslik olukord;
- tsüklilisus või hooajalisus;
- informatsiooni asümmeetria;
- kauba kvaliteet;
- pakutava kauba kogus;
- loomade pidamise nõuded ja seadused.

Üheks lemmikloomade nõudlust mõjutavaks teguriks on ka üldine majanduslik olukord riigis. Ehitusbuumi ajal soetasid paljud inimesed endale eramud ning leidsid, et maja juurde kuulu ka neljajalgne sõber. Buumi ajal kasvas nõudlus just suurte valvekoerte järele nagu tiibeti mastif ja berni alpi karjakoer. Majanduslanguse ajal on aga suurte koerte nõudlus vähenenud ning kasvanud just väikeste koerte nõudlus. Osaliselt kindlasti sellepärast, et väikesed loomad söövad vähem ja soovivad vähem õues olla ning ka seetõttu, et korteris on neid lihtsam pidada kui suuri koeri. (Kas ... 2015)

Paljudel turgudel on nõudlus tsükliline või hooajaline. Tsüklilisust võib põhjustada nii hinna muutus kui ka näiteks aastaajad. (Haltiwanger, Harrington 1991: 90-91) Kogenud kasvatajad on täheldanud hooajalisust ka lemmikloomade turul. Üldiselt kasvab nõudlus kevadel ja suvel, sest siis on inimestel rohkem võimalusi ringi liikuda ning tulemas on puhkused. Koera võttu soovitaksegi tihti ajastada just puhkusega ühele ajale, et oleks võimalus kutsikaga koos kodus olla ja harjutada uue kohaga. Tõukoerte hulgas leidub

aga ka selliseid tõuge, kellel järglased saavad olla ainult korra aastas ning sellise tõu puhul ei saa hooajalisust esineda.

Turu informatsiooni asümmeetria mõjutab samuti nõudlust. Tavaliselt on pakkujad infoga hästi kursis, kuid õige info ei jõua alati ostjateni. (Healy, Palepu 2001: 407-408) Lemmikloomade turul ei ole ostjad tihti kursis kõigi lemmikuid puudutavate faktidega ning teevad oma otsused puuduliku informatsiooni alusel. Lisaks antakse lemmikloomade turul ka teadlikult valeinformatsiooni, et nõudlust mõjutada. Selliseks näiteks on registreerimistunnistusega tõukoerte müüjad, kes jagavad potentsiaalsele ostjale tõutunnistusega koerte kohta ebaõiget infot. Koerte ostjad koguvad enamuse informatsioonist tavaliselt internetist ning sealt leiab igasuguseid versioone tõukoerte ja registreerimistunnistusega tõukoerte kohta. Kõige kindlam viis õiget infot saada on kontakteeruda soovitatavat koeratõugu kasvatavate kennelitega ja uurida kasvatajate käest üldiselt tõukoerte kohta ja ka välja valitud tõu kohta.

Nõudlust mõjutab ka pakutava kauba kvaliteet. Tõukoerte turul on piisavalt palju hästi informeeritud inimesi, kes teavad täpselt, millist tõugu koera, milliste omadustega ja millistelt vanematelt soovivad. Selliste nõudlike ostjate jaoks on esmatähtis kvaliteet ning kui neile sobiva kvaliteediga koera hetkel ei pakuta, siis jääb ost sooritamata. Tihti ootavad sellised teadlikud inimesed mitmeid aastaid just neile sobivat koera.

Lemmikloomade turul on üheks nõudluse mõjutajaks ka pakutavate loomade hulk. Kui turul on väga palju lemmikuid, siis võtavad tihti looma ka inimesed, kes seda üldse varem ei planeerinud. Eesti lemmikloomade turul toimub suur ületootmine ning lemmiku võib saada endale iga soovija. See ei ole tegelikult positiivne aspekt, sest sellised emotsiooni ajendil võetud loomad satuvad üsna tihti tänavale või varjupaika.

Eestis on vastu võetud seadus, mis sätestab lemmikloomade pidamise nõuded. Näiteks tohib looma pidada õues ainult siis, kui loom on kohastunud pidevalt õues elama. Sellisel koeral peab olema olemas kuut või muu varjuline koht, kuhu halva ilma korral varju minna. (Lemmikloomade ... 2015) Lemmikloomade pidamise nõuded on kehtestatud nii koertele ja kassidele kui ka närilistele ja kaladele. Lisaks seadusele on võimalik igas omavalitsuses kehtestada veel eraldi nõuded. Omavalitsustes kehtivad nõuded on tekitanud üsna palju küsimusi ning on tihti vastuolus seadustega. Näiteks ei

saa omavalitsus reguleerida loomade arvu peres, keelata hulkuvaid loomi toita ning nõuda kortermajas teiste elanike nõusolekut looma võtmiseks. (Eeskirjade vastu ... 2015) Sellised reeglid omavalitsustes võivad mõjutada ka lemmikloomade nõudlust, sest inimesed ei pruugi teada, et tegelikult on sellised reeglid seadusevastased ning et neid ei pea järgima. Võimalik, et mõned inimesed, kes omaale looma sooviksid võtta, on just selliste nõudmiste tõttu koera või kassi võtmisest loobunud. Seega mõjutavad ka loomade pidamise ja võtmise nõuded mingil määral nõudlust.

Lemmikloomaturul on üsna palju nõudlust mõjutavaid tegureid, nagu autor eespool välja tõi. Neist olulisemateks lemmikloomaturu nõudluse mõjutajateks peab autor hinda, inimeste sissetulekut, moodi ja eelistusi ning info asümmeetriat.

1.3. Lemmikloomaturu pakkumist mõjutavad tegurid

Turupakkumine näitab, kui palju hüvist on müüjad mingi kindla hinna eest valmis müüma. Eelduseks on, et kõik teised mõjutavad tegurid on konstantsed. Seega mida kõrgem on hüvise eest pakutav hind, seda rohkem on müüjad valmis tootma ja müüma. (Pindyck, Rubinfeld 2009: 22)

Põhilisteks pakkumist mõjutavateks teguriteks on (Mankiw 2011: 74-76):

- toote hind;
- tootmise kulud;
- tehnoloogia;
- tulevikuootused;
- pakkujate arv.

Üldiselt ei ole lemmikloomaturul hind määravaks teguriks. Leidub loomaomanikke, kes lihtsalt lasevad oma loomadel paljuneda ning siis jagavad tasuta või väga väikese raha eest nende järglased laiali. Selliseid pakkujaid ei mõjuta hind üldse. Tõukoerte turul on hind siiski üheks pakkumise mõjutajaks, sest koerte kasvatajad teevad eelnevalt kulutusi ning kutsikate sündides kulutatakse ka nende peale üsna palju raha. Seega on loomulik, et koerale järglasi planeeritakse juhul, kui kasvataja usub, et saab kutsikate müügist

teenitud rahaga vähemalt tehtud kulutused tasa. Ainult tulu saamise eesmärgil vastutustundlikud kasvatajad pesakondi ei planeeri, kuid päris miinusesse ei soovi nad samuti jääda.

Pakutava kauba hulk sõltub lisaks hinnale ka tootmisele tehtavatest kulutustest. Kui tootmise kulud vähenevad, teenitakse sama müügihinna korral suuremat tulu. Sellisele turule võib siseneda ka uusi pakkujaid, sest tegu on kasumliku tootmisega. (Pindyck, Rubinfeld 2009: 23) Lemmikloomade turul saab samuti rääkida tootmisele tehtavatest kulutustest, kui võtta aluseks tõukoerad. Tõukoerte tootmise kulud saab välja tuua järgmiselt:

- emase koeraga näitustel osalemine;
- emase koera terviseuuringute tegemine;
- sõit isase koera juurde ja paaritustasu;
- emase koera söötmine tiinuse ajal kvaliteetse toiduga;
- kutsikate söötmine vähemalt kaks esimest elukuud kvaliteetse kutsikasöögiga;
- kutsikate vaktsineerimine, kiipimine, ussikuurid, passid, tõutunnistus.

Kõigele eelnevale lisandub veel kasvataja enda ajakulu ning vajadusel erakorralised kulutused (nt keisrilõige emasele koerale). Samuti võib tõuti lisanduda veel töökatsete läbimine, mis nõuab koera omanikult nii aega kui raha. Kasumlikku kutsikate tootmist ei poolda ükski vastutustundlik kasvataja. Kasumile on suunatud nn kutsikavabrikud, kus valimatult pesakondi saadakse, et realiseerida oleks võimalikult palju kutsikaid.

Lemmikloomaturul ei saa rääkida tehnoloogiast, mida tootmiseks kasutatakse. Tegu on elusolenditega ning tehnoloogia otseselt turgu ei mõjuta. Mõningatel puhkudel on emasele koerale vaja teha teatavaid protseduure, mis tähendab, et mõju avaldavad ka veterinaaride kasutuses olevad tehnilised vahendid. Samas ei ole oluline ainult tehnika, vaid ka paljud muud asjaolud nagu veterinaaride pädevus, arsti kaugus jne.

Täpselt nagu nõudlust mõjutavad inimeste tulevikuootused, siis nii on ka pakkumisega. Kasvatajad planeerivad väga pikalt pesakondi ning kui kasvataja usub, et järgmisel aastal on suurem nõudlus tema poolt aretatava tõu järele, siis planeerib ta pesakonna järgmiseks aastaks. Kasvataja võib pesakonnast loobuda ka lootuses, et ta suudab tulevikus leida parema isase.

Üheks olulisemaks pakkumise mõjutajaks on müüjate arv turul. Kui turul on vähe pakkujaid, siis järelikult on ka pakutava kauba hulk väike. Eesti lemmikloomaturul toimub aga suur ületootmine, eriti kasside ja koerte puhul. Tõukoerte turul on olukord parem - üldiselt on nõudlus ja pakkumine enam-vähem tasakaalus. Samas leidub ka koeratõuge, kus on pakkujaid vähem kui on nõudlust.

Lemmikloomaturu pakkumist mõjutab lisaks loetletud majandusteoreetilistele teguritele veel mitmeid olulisi tegureid. Töö autor kirjeldab ka lisategureid ning nendeks on:

- turunõudlus;
- kasvatajate ambitsioonid;
- aretusnõuded;
- terviseprobleemid;
- mood ja trend;
- töö- ja teenistuskoerte kasutamine.

Lemmikloomade turul on kõige suurem pakkumise mõjutaja nõudlus. Kuna tegu on elusolenditega, siis ei saa loomadesse suhtuda nagu asjadesse. Kõigile kutsikatele ja kassipoegadele on kodu vaja ning kui on ette teada, et uut kodu on väga raske leida, siis tihti uued pesakonnad jäävad ära. Tõukoerte turul planeerivad kasvatajad väga pikalt pesakondi ette. Eriti keerulises seisus on need kasvatajad, kes aretavad mõnda ebapopulaarset või vähe tuntud tõugu, sest nad peavad eelnevalt veenduma, et seda tõugu kutsikate järele üldse nõudlust on. Üheks vähe levinud ja üsna ebapopulaarseks tõuks on skye terjer. Igal aastal sünnib maailmas ainult 30-40 skye terjeri kutsikat (Bid... 2015). Kutsikaid sünnib nii vähe, kuna see tõug pole populaarne ja pole nõudlust selle tõu järele.

Tõukoerte turul mõjutavad pakkumist kasvatajate endi ambitsioonid ehk soov saada juurde mõni enda koera järglane. Tavalisele loomaomanikule võib see üsna veider tunduda, kuid aretajate jaoks on täiesti tavaline, et pesakond planeeritakse siis, kui kasvatajal on soov endale kutsikas saada. Kogenud ja vastutustundlikud kasvatajad soovivad aretatavat tõugu parandada ning paaritavad selleks väga heade iseloomuomadustega ja suurepärase välimusega (välimikuga) koeri, et kõik see

päranduks edasi järglastele. Seega planeerib kasvataja pesakonna eesmärgiga üks või kaks väga lubavat kutsikat endale jätta.

Tõukoerte pakkumist just tõuti mõjutab ka aretusnõuete olemasolu. Aretusnõuded võivad tõuti erineda või ka üldse puududa. Seega mõjutabki aretusnõuete olemasolu pakkumist, sest aretusnõuete täitmine nõuab kasvatajalt nii aega kui raha. Näiteks on kehtestatud aretusnõuded leonbergeritele ning need on järgmised (Leonbergerite... 2015):

- terviseuuringud (puusad, küünarliigesed ja silmad);
- näitusehinded (mõlemal vanemal kahelt ametlikult näituselt suurepärase hinne);
- muud erinõuded (koera vanus, ajaline vahe pesakondade vahel, järglaste arv, pesakondade arv).

Oluliselt lihtsam on pesakondi planeerida tõugudele, millel puuduvad aretusnõuded. Selliseid tõuge paljundavad ka kutsikavabrikud suurema tõenäosusega, sest aretusnõuete täitmine tekitaks neile lisakulusid.

Lemmikloomade, eriti tõuloomade puhul, on teada paljud pärilikud haigused ning nõrgema tervisega tõud. Selliseid tõuge pakutakse vähem, sest nende pidamisega kaasneb palju muresid ning kulusid. Näiteks inglise buldogi puhul on üsna tavaline, et koer vajab poegimiseks keisrilõiget, samuti võib poegimine lõppeda emase koera surmaga. Selliste tõugude puhul ei soovi kasvatajad samuti liigseid riske võtta ning pesakondi on üsna vähe. Kutsikavabrikuid sellised tõud üldiselt ei huvita, sest kaasnevad kulud võivad olla suured ning poegi ei sünni korraga palju.

Lisaks mõjutab lemmikloomade pakkumist ka mood. Lemmikloomade trend võib tuleneda näiteks filmidest. Kunagi oli väga populaarne film „Lassie“, kus oli peategelaseks colli tõugu koer. Peale selle filmi populaarseks saamist kasvas kiiresti ka tõu populaarsus. Sarnaseid näiteid on mitmeid, kus mõnes filmis idealiseeritud koeratõug muutub populaarseks ning nende tõugude pakkumine kasvab samuti kiiresti. Tänapäeval lähtuvad paljud inimesed oma iidolitest nii riiete kui ka lemmikute valikul. Kui staarid võtsid järjest endale pisikesi sülekoeri, siis kasvas nende populaarsus ka mujal maailmas ning suurenes ka nende pakkumine.

Jahikoerte puhul võib pakkumise mõjutajana välja tuua koerte hukkumise jahil. Kuna tegu on töökoertega, siis soovivad jahimehed uut koera ning see tekitab vajaduse kasvatajatel uusi pesakondi saada ning mõjutab nii jahikoerte pakkumist.

Eraldi saab veel välja tuua pimedate juhtkoerad. Eestis ja mujal maailmas on kõige enam levinud labradori retriiverid, sest tegu on hästi õpetatava ja väga sõbraliku tõuga. Kuna vaegnägijaid on maailmas palju ning koerte abi neile inimestele väga väärtuslik, siis kasvatatakse ja õpetatakse üha uusi pimedate juhtkoeri. Seega peavad labradori retriiverite kasvatajad valima sellised koerad, kelle järglased sobiksid pimedate juhtkoerteks.

Viimaks võib välja tuua veel ka teenistuskoad, kelle kasvatamine ja õpetamine võtab aega vähemalt kaks aastat. Eesti Politsei ja Piirivalveamet vajab aastas 10-12 kutsikat (Koerad 2015). Kuna teenistuskoadena kasutatakse saksa lambakoeri, belgia lambakoeri ja spanjeleid, siis peab olema ka vastavate tõugude pakkumine piisav.

Töö autor leiab, et kõige olulisemad pakkumist mõjutavad tegurid lemmikloomaturul on nõudlus, kasvatajate ambitsioonid ja müüjate arv. Kõik ülejäänud tegurid mõjutavad pakkumist väiksemal määral. Viimasena käsitletud jahikoerad, pimedate juhtkoerad ja teenistuskoad jätab autor edaspidi töös käsitlemata.

2. LEMMIKLOOMATURG EESTIS JA SEDA MÕJUTAVAD TEGURID

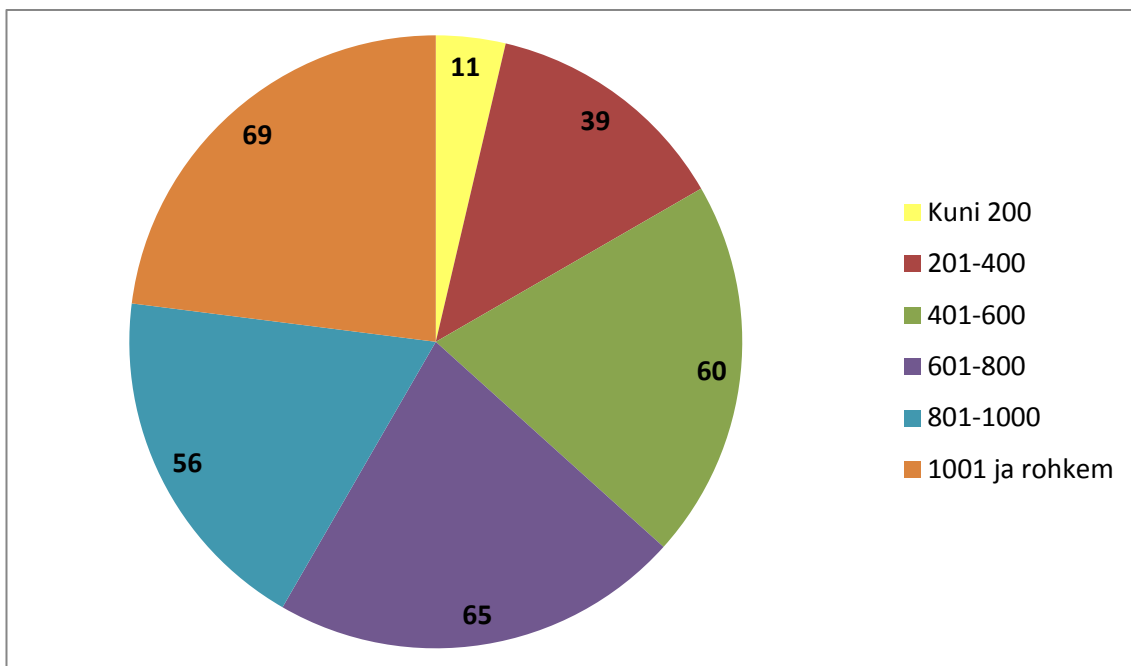
2.1. Tõukoerte nõudlust mõjutavad tegurid Eestis

Töö teoreetilises osas tõi autor välja võimalikud tegurid, mis võivad Eesti lemmikloomaturul nõudlust mõjutada. Käesolevas alapeatükis toob autor nõudlust mõjutavate tegurite selgitamiseks läbiviidud küsitluse (vt. lisa 1) tulemuste põhjal välja need tegurid, mis Eesti lemmikloomaturul tõukoerte näitel nõudlust mõjutavad.

Nõudlust mõjutavate tegurite välja selgitamiseks koostatud küsimustiku saatis töö autor internetis erinevatesse listidesse, sh ka sellistesse, kus suhtlevad koeraomanikud. Küsimustik koosnes 18 küsimusest, millest 13 küsimust keskendusid koera võtmisele, ostmisele ja pidamisele ning ülejäänud küsimused olid üldised, et välja selgitada vastaja sugu, vanus, elukoht, leibkonna koosseis ja sissetulek leibkonna liikme kohta.

Küsimustikule vastas 300 inimest, nendest valdav enamus naised (96% naised ja vaid 4% mehed). Vastanud olid pigem nooremagrupp: peaaegu pooled vastanutest (46%) kuulusid vanuserühma 18-29 eluaastat, 30-39 aastaseid ja 40-49 aastaseid vastanuid oli enam-vähem võrdselt (vastavalt 24% ja 23%) ning 50 aastaseid või vanemaid oli ainult 7% vastanutest. Kuna lemmikloomade, sh koerte pidamiseks on vaja teatavaid tingimusi, siis soovis töö autor teada saada vastanute elamistingimusi. Selgus, et peaaegu pooled vastanutest elasid eramajas (maal eramajas 28%, linnas eramajas 20%), linnas korteris elas 37% ja maal korteris 7% vastanutest, vaid väga vähesed (2% vastanutest) märkisid elukohaks ridaelamu linnas. Variandi „muu“ valis 6% küsitletutest ning üldiselt seetõttu, et vastanu omas mitut elukohta. Vastanutest valdava enamuse moodustasid mitme täiskasvanuga ja lastega leibkonnad: 35% kahe täiskasvanuga, 19% kahe lapse ja kahe täiskasvanuga, 15% ühe lapse ja kahe

täiskasvanuga leibkondasid, 10% kahe täiskasvanu ja kolme või enama lapsega. Ühe täiskasvanuga leibkondi oli vastanute hulgas 11%. Võrdselt (5%) oli vastajate hulgas ühe täiskasvanu ja vähemalt ühe lapsega leibkondi ning vastajaid, kes valisid variandi „muu“. Selle variandi valisid üldiselt leibkonnad, kus elas kolm või rohkem täiskasvanut. Küsitlusele vastanute sissetulekust annab ülevaate joonis 1.



Joonis 1. Vastanute jaotus netosissetuleku (koos leibkonna liikme kohta) järgi.

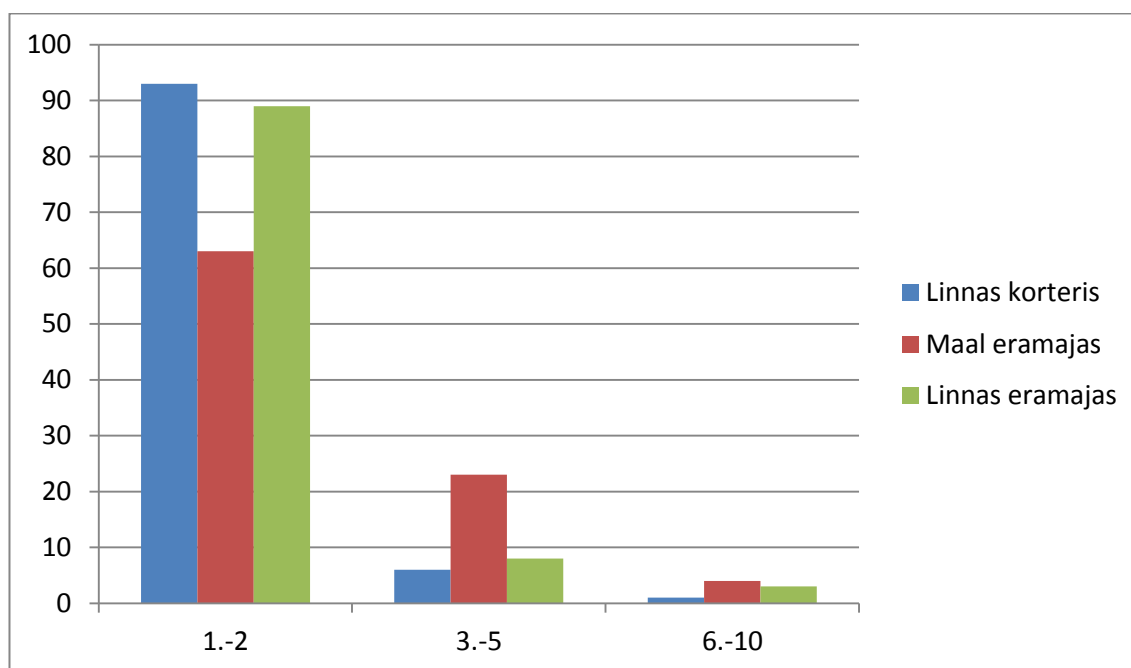
Allikas: küsitluse põhjal autori koostatud.

Jooniselt 1 nähtub, et Eesti praegusele elatusmiinimumile vastavad või alla selle olid sissetulekud üsna vähestel vastanutest (alla 400 eurost kuu netosissetulekut märkisid 17% vastanutest). Ligi veerandil (23%) vastanutest ületas netosissetulek koos leibkonna liikme kohta 1001 eurot, 18%-l vastanutest jäi see number 801-1000 euro vahele, 22% vastanutest märkis netosissetulekuks leibkonna liikme kohta 601-800 eurot koos ja 20% vastanutest teenis koos leibkonna liikme kohta 401-600 eurot.

Kuna töö autor kogus vastuseid nõudlust mõjutavate tegurite kohta, siis esimene küsimus uuris, kas vastajal on koer. Kõigist vastanutest 96%-l oli vähemalt üks koer olemas ning 4% alles planeeris koera võtta või ootas konkreetset kutsikat. Valdav enamus vastanutest (83%) omas 1 või 2 koera, 11%-l oli kodus 3-5 koera ning 2%-l

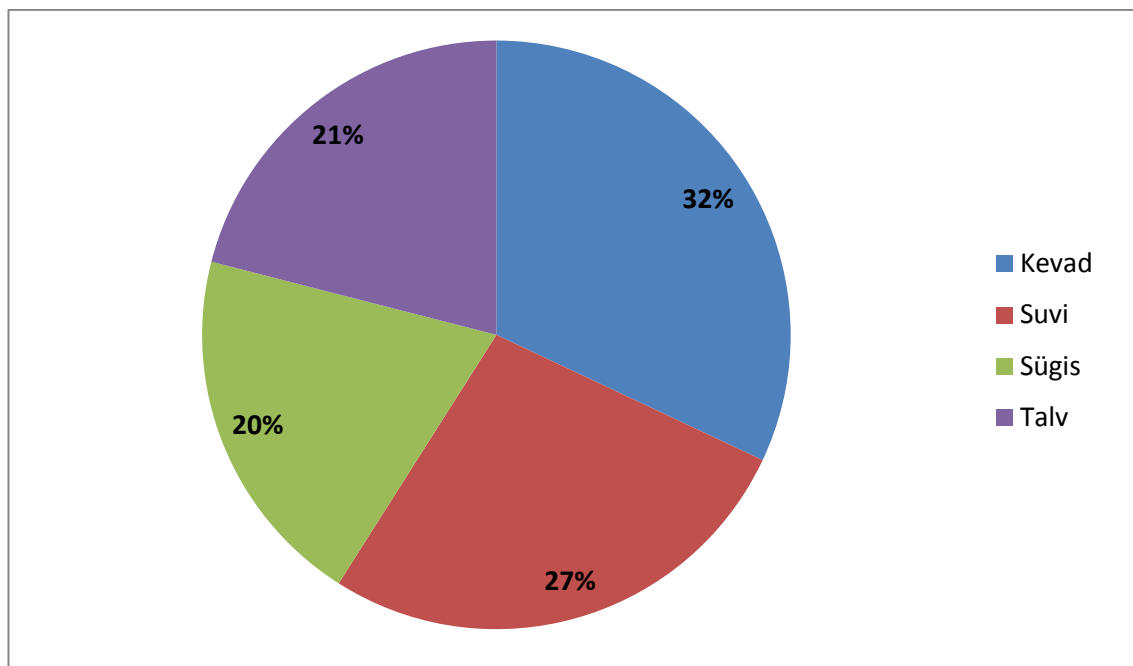
koguni 6-10 koera. Nagu autor töös eelnevalt kirjutas, siis on hakanud ka eestlased pidama korraga rohkem koeri ning seda näitavad ka saadud küsitluse tulemused.

Linnas korteris elavatest vastanutest 93%-l oli kodus 1-2 koera, 6%-l vastanutest 3-5 koera ja 6-10 koera oli vaid 1%-l (vt. joonis 2). Maal eramajas elavate vastanute hulgas oli 3-5 koera kodus koguni 23%-l ja 6-10 koera 4%-l. Linnas eramajas elavate vastanute hulgas omas 3 või enam koera vaid 11%. Järelikult peetakse linnaperedes ikkagi vähem koeri olenemata elukoha tüübist.



Joonis 2. Koerte arv linnas korteris, maal eramajas ja linnas eramajas elavate vastanute hulgas (%). Allikas: küsitluse põhjal autori koostatud.

Küsimustiku kolmanda küsimusega soovis töö autor teada saada, millisel aastaajal koer muretseti või võtta soovitakse. Üle poole vastanutest võtsid koera kevadel (32%) või suvel (27%) (vt. joonis 3). Kõige väiksem osa vastanutest (20%) võttis koera sügisel. Töö autor tõi teooria osas eelnevalt välja, et koeravõtt soovitakse tihti ajastada soojale aastaajale ning ühildada puhkusega. Kevadel või suvel koera võtmise põhjusteks ongi tihti rohkem vaba aega ja lihtsam kutsikale õueskäimine selgeks õpetada. Talvist koeravõttu põhjendasid vastanud asjaoluga, et nende soovitud tõus sünnivad ainult korra aastas kutsikad. Samuti leidis neid, keda aastaeg ei mõjutanud ning koer soetati suvalisel aastaajal.



Joonis 3. Koera võtmise aastaeg (% vastanutest).

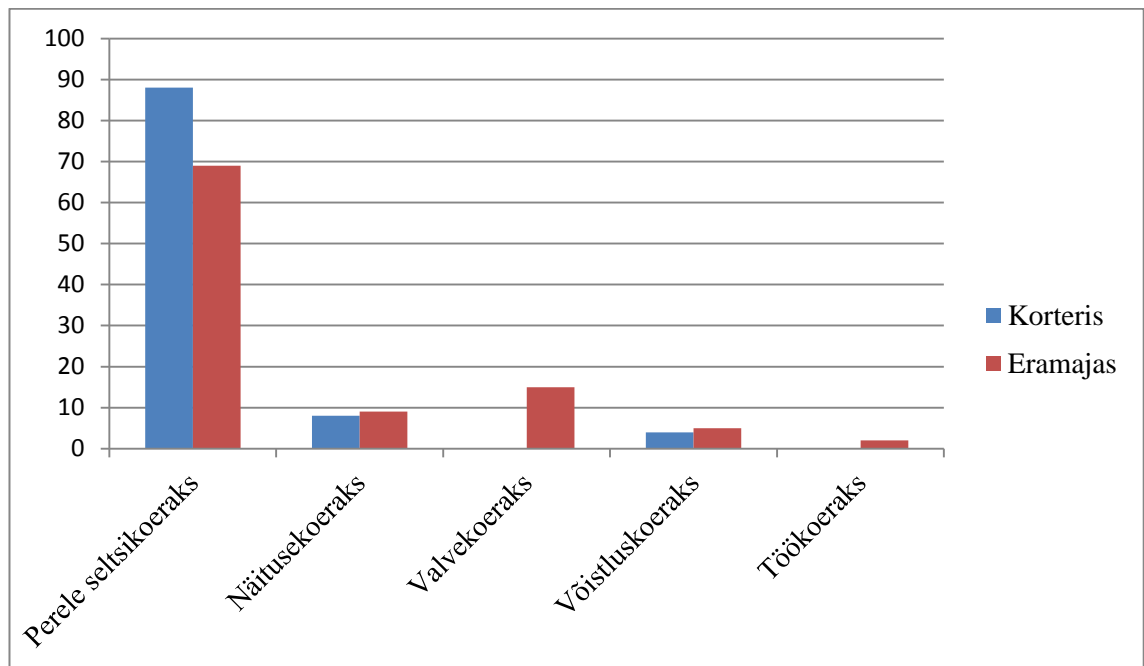
Allikas: küsitluse põhjal autori koostatud.

Järgmise küsimusega uuris autor vastanute koerte päritolu. Üle poole (55%) vastajatest oli oma koera otnud mõnest kennelist. Variandi „välismaalt“ valinud vastanud (15%) olid kutsika otnud välismaa kennelist. Seega oli kõigist vastanutest ligi 70% koer pärit Eesti või mõne välisriigi kennelist. Tuttavatelt oli koera saanud 14%, turult 10% ja varjupaigast 6% vastanutest.

Järgmine küsimus küsimustikus oli „Millisel eesmärgil koera peamiselt võtsite“. Kõige suurem osa vastanutest (68%) oli koera võtnud perelemmikuks. Näitusehuvilisi oli vastanute hulgas 7%, valvekoera oli võtnud 6%, võistluskoera 4% ja töökoera vaid 1% vastajatest. Lisaks andis töö autor võimaluse valida variandi muu, kust selgus, et 14% vastanutest käivad oma koertega nii näitustel, jahil kui ka võistlemas ning ei pidanud seetõttu ühtegi eelpool mainitud variantidest korrektseks. Samuti valisid variandi muu need vastajad, kellel oli rohkem kui üks koer, et välja tuua kõigi koerte soetamise eesmärk.

Kuna vastanute peamised elukohatüübid olid eramaja ja korter, siis järgnevalt pakkus huvi välja selgitada, millisel eesmärgil võetud koeri peetakse korteris või eramajas. Jooniselt 4 tuleb selgelt välja, et korterisse ei võtnud koera ükski vastanutest

valvekoeraks ega töökoeraks. Valdav enamus (88%) korteris elavatest vastanutest soovis perele seltsikoera. Ka eramajas elavatest vastanutest suurem osa (69%) võttis koera seltsiliseks, kuid samas leidis ka neid, kes soovisid valvekoera (15%) või töökoera (2%).



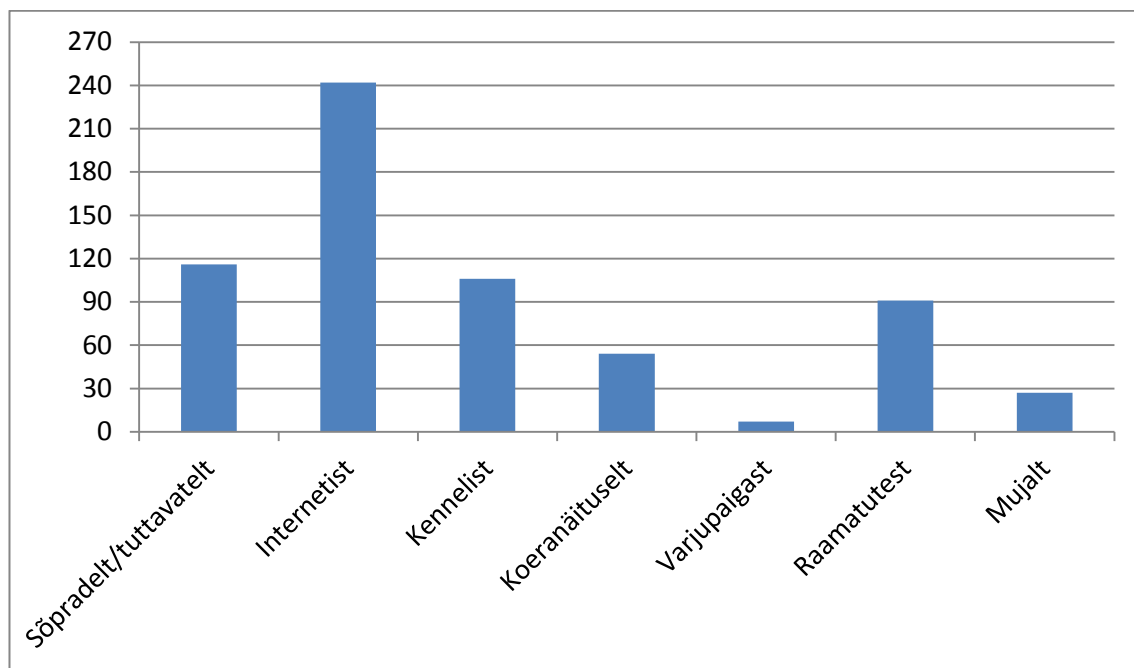
Joonis 4. Koera võtmise eesmärgid elukoha tüüpide lõikes (%).

Allikas: küsitluse põhjal autori koostatud.

Edasi soovis töö autor teada, kas küsitlusele vastanul on tõutunnistusega koer ning sellele küsimusele vastas 74% jaatavalt, ülejäänutel (26% vastajatest) oli segavereline koer. Lisaks sellele palus autor juurde kirjutada ka koera tõu. Kõige rohkem oli vastanute hulgas saksa lambakoera, kuldse retriiveri ja tiibeti mastifi omanikke. Kõik kolm mainitud tõugu on mingil ajahetkel olnud Eestis väga populaarsed ning seetõttu on tegu üsna levinud tõugudega.

Enne koera võtmist on oluline selgeks teha, milliste omadustega koera soovitakse ning selle info leidmiseks võib kasutada erinevaid kanaleid. Küsimuse „Kust saite infot soovitud tõu kohta“ vastuste tulemusi kajastab joonis 5. Tänapäeval on kõige mugavam ja seega ka levinuim kanal internet – ka vastanutest 38% kasutas tõu omaduste uurimiseks just seda võimalust. Samuti koguti infot üsna palju sõpradelt/tuttavatelt (18%), kennelitest (17%) ja raamatutest (14%). Koeranäitusel käis soovitud tõuga

tutvumas 8% vastanutest ja varjupaigaga kontakteerus vaid 1%. Variandi muu valisid 4% vastanutest. Selle vastusevariandi juurde said vastajad lisada informatsiooni otsimiseks kasutatud kanalid ning paljud vastajad tõid välja, et neil oli enne sama tõugu koer olnud või saadi infot televisioonist.

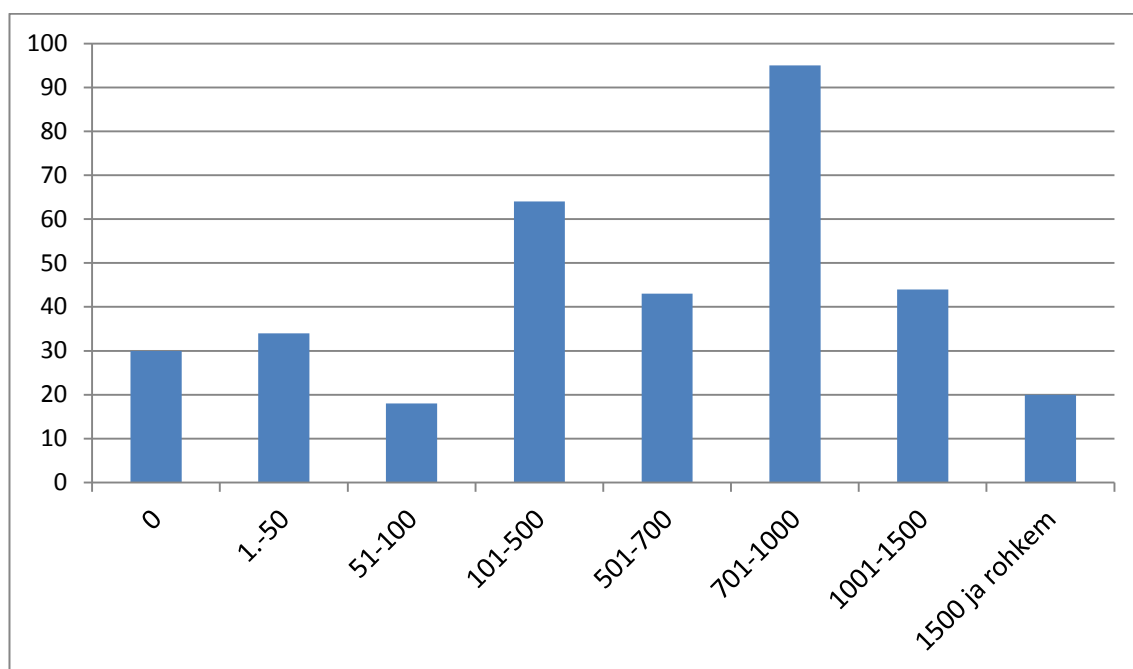


Joonis 5. Soovitud tõu kohta info otsimiseks erinevaid kanaleid kasutanud vastanute arv. Allikas: küsitluse põhjal autori koostatud.

Järgmiseks uuris autor, kas leitud infos esines vasturääkivusi ning enamus (86% vastanutest) vasturääkivusi ei täheldanud, aga iga seitsmes vastanu (14% vastanutest) märkis, et esines. Teooria osas tõi ka autor välja ühe probleemina info asümmeetria. Kõige enam tõid küsitluses osalenud välja vasturääkivusi erinevate internetilehekülgede infos. Lisaks märgiti ära, et saadud info ühe tõu kohta erines ka mitme koerakasvataja käest küsides. Samas näitab info vasturääkivuste märkamine, et enne koera võtmist kaaluti asjaolusid põhjalikult ning viidi end tõu vajaduste ja erisustega kurssi.

Küsimusele „Millist hinda maksite koera eest?“ vastas kõige rohkem inimesi (27%) 701-1000 eurot (vt. joonis 6). Selline tulemus on autori meelest üsna loogiline, sest keskmine tõukoerte hind jääbki 1000 euro juurde. Üsna suur hulk vastajaid (18%) maksis koera eest 101-500 eurot. Madalama hinna põhjuseks võib olla koera kaasomand või oli tegu kodukoeraga, kes mingil põhjusel ei sobinud aretuseks. Vastanutest 13%

maksis oma koera eest 1001-1500 eurot ja 6% koguni 1501 ja rohkem eurot. Kõrgema hinna põhjuseks võib olla koera ostmine välismaalt või oli tegu väga heade ja tituleeritud vanemate järglasega. Samuti leidub tõuge, kus sünnib vähe kutsikaid ja mis ei ole eriti levinud ning seega maksavad need kutsikad kõrgemat hinda.



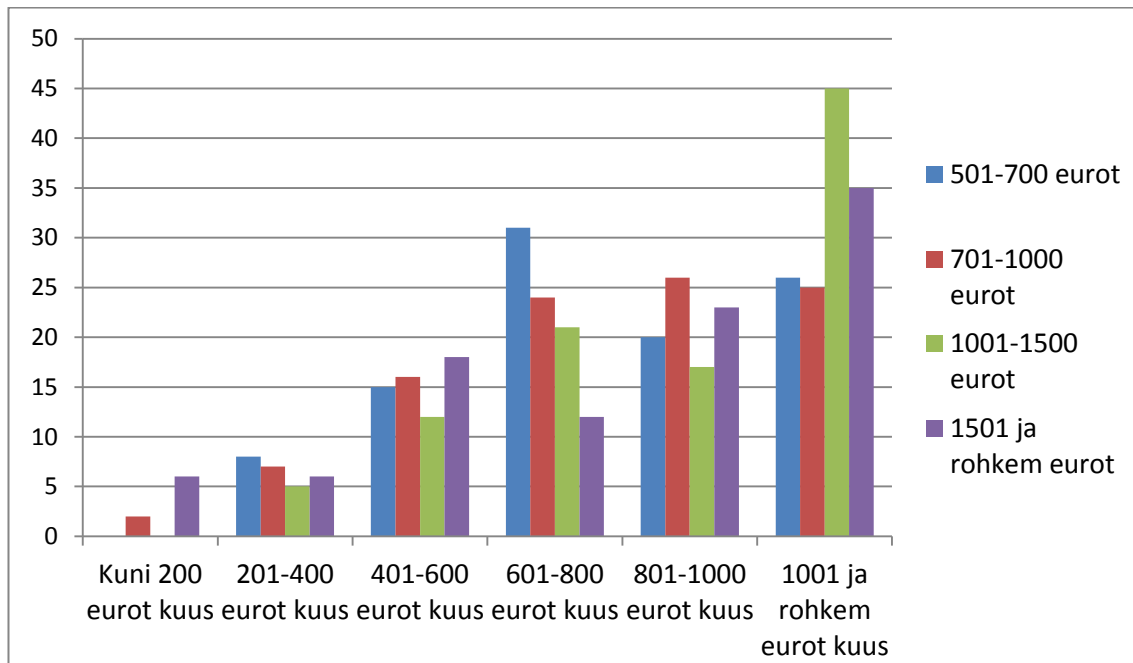
Joonis 6. Vastanute jaotus koera eest makstud hinna lõikes (inimest).

Allikas: küsitluse põhjal autori koostatud.

Kõik vastajad, kes maksid koera eest rohkem kui 1500 eurot, ostsid koera kennelist ning koguni 63% neist ostis koera mõnest välismaa kennelist. Samuti saab välja tuua koera hinna seose koerte arvuga, sest 58% vastajatest, kes maksid üle 1500 euro, on kodus 3-10 koera. Lisaks ei ostetud nii kallist lemmikut üldiselt seltsikoeraks, 71% vastanutest tõi koera võtmise eesmärgina välja näitused või võistlused. Järelikult oli see osa vastajaid enne koera võtmist endale täpselt selgeks teinud, milliseid tegevusi soovitakse koeraga edaspidi harrastada ning lähtutigi koera omadustest, mitte hinnast.

Järgmisena soovis töö autor välja selgitada, kas kallimaid koeri on ostanud suurema sissetulekuga koeraomanikud. Jooniselt 7 saab näha, et koera eest üle keskmise hinda (1001-1500 eurot) maksnud vastanutest peaaegu pooled (45% vastanutest) teenisid kuus leibkonna liikme kohta üle tuhande euro. Samas oli 18% vastanutest neid, kes maksid koera eest üle 1500 euro, teenides kuus leibkonna liikme kohta 401-600 eurot. Väga

madala sissetulekuga (leibkonna liikme kohta kuni 200 eurot kuus teeninud) vastanutest koguni 6% maksid koera eest kõrget hinda (üle 1500 euro). Seega töö autor otsest seost koera hinna ja sissetuleku vahel ei täheldanud.



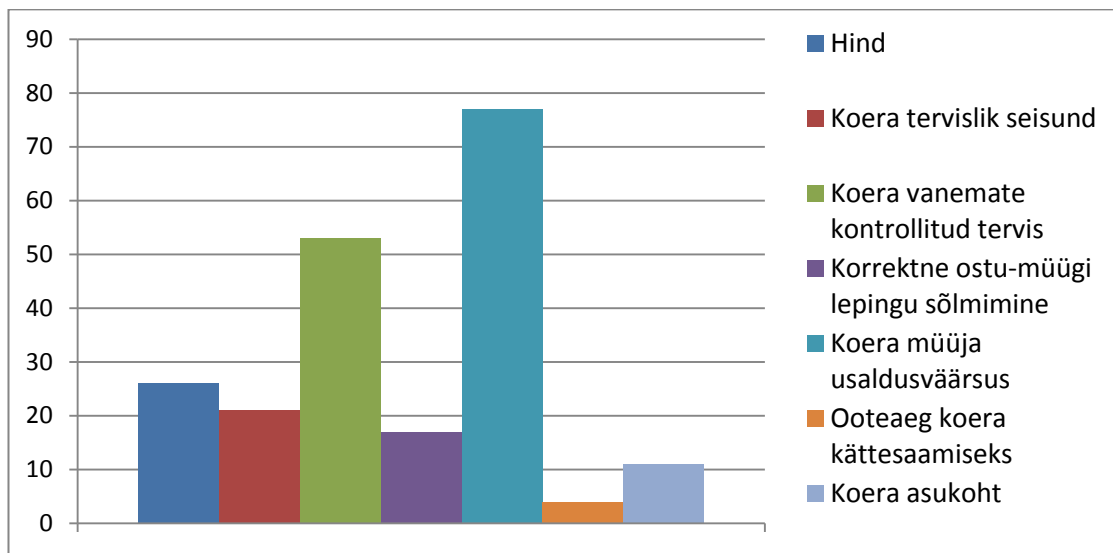
Joonis 7. Koera ostuhind erineva sissetulekuga leibkondades (% vastanutest). Allikas: küsitluse põhjal autori koostatud.

Järgmiseks uuris töö autor, kas on seos koera eest makstud hinna ja inimeste elukoha vahel. Sellist seost aga küsitluse tulemustest ei selgunud. Ei saa väita, et linnas elavad vastanud oleksid koera eest kõrgemat hinda maksnud kui maal elavad vastanud ega vastupidi. Samuti puudub seos vastanute elukoha (maal või linnas) ja koera võtmise eesmärgi vahel. Autor püüdis välja selgitada, kas maale võetakse rohkem valvekoeri, kuid tulemustest seda ei järeldunud.

Tõukoerte turul on suureks probleemiks tõutunnistuseeta tõukoerte tootmine ja müümine. Autor kirjutas sellest ka töö esimeses peatükis ning tõi välja mitmeid negatiivseid aspekte, mida selline puudulik aretustöö kaasa toob. Küsitluses uuris autor, kas vastanud kaalusid enne koera võtmist ka tõutunnistuseeta tõukoera ostmist ning kolmandik vastanutest (33%) oli seda võimalust kaalunud, suurem osa vastanutest (67%) olid eelnevalt endale selgeks teinud tõutunnistuse olulisuse ning teadsid täpselt,

millist koera nad soovisid. Selline tulemus näitab, et inimesed pühendavad enne koera ostmist aega koerte teemaga tutvumiseks ning omandavad esmased teadmised.

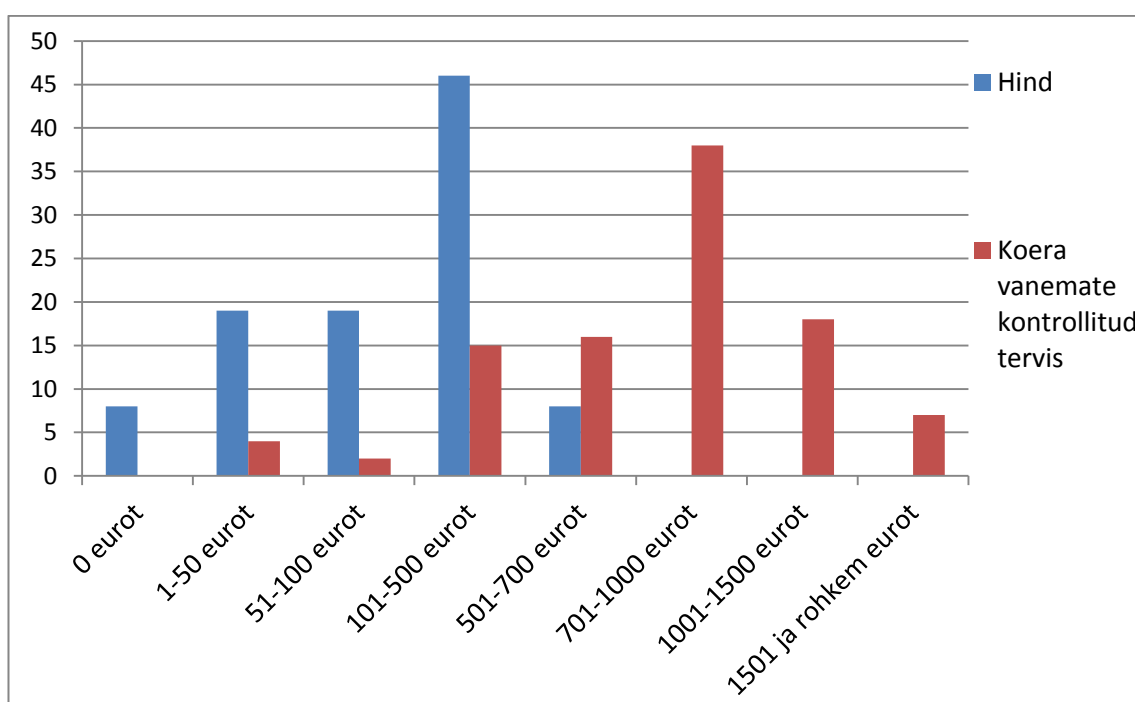
Ostuotsuse tegemisel said vastajate jaoks määravaks erinevad tegurid, nendest ülevaate annab joonis 8. Kuna vastuseks sai märkida ainult ühe pakutud variantidest, siis kõige enam vastanuid (32%) valis variandi muu ning lisas juurde, et neile olid olulised mitmed pakutud tegurid. Vastanud lisasid juurde oluliste teguritena koera iseloomu, konkreetse tõu ja tõutunnistuse olemasolu. Küsimuses pakutud variantidest mõjutas otsuse tegemisel kõige suuremat osa vastanutest (37%) koera müüja usaldusväärsus. Müüja usaldusväärsusele järgnes koera vanemate kontrollitud tervis (25%) ning alles siis hind (13%). Sellisest järjestusest järeldab autor, et koera ostjate teadlikkus on kasvamas, sest esmajärjekorras ei lähtuta enam hinnast. Üllatavalt vähestele vastanutest sai määravaks koera tervislik seisund (10%) ja korrektne ostu-müügi lepingu sõlmimine (8%). Kõige vähem pakutud variantidest mõjutas ostetava koera asukoht (5%) ja ooteaeg koera kättesaamiseks (2%). Ka töö autor peab kahte viimast tegurit kõige vähem olulisteks, sest koer võetakse perre keskmiselt 10 aastaks ning uue sõbra asukoht või veidi pikem ooteaeg ei tohiks tõelistele huvilistele probleemiks saada.



Joonis 8. Määravaks osutunud tegurid koera valimisel (vastanut). Allikas: küsitluse põhjal autori koostatud.

Jooniselt 9 tuleb välja, et vastanud, kellele oli hind määravaks teguriks, ostsid üldiselt ka odavama koera. Ainult 8% vastanutest maksis koera eest 501-700 eurot. Kõige

suurem osa (46%) maksis koera eest 101-500 eurot ning kõik ülejäänud, kes märkisid hinna määravaks teguriks, maksid koera eest alla 100 euro. Vastanud, kes märkisid kõige olulisemaks koera vanemate kontrollitud tervise, maksid koera eest keskmiselt ka kõrgemat hinda. 79% vastanutest, kes pidasid koera vanemate kontrollitud tervist oluliseks, maksid koera eest 501 või rohkem eurot. Töö autori arvates ei peaks inimesed, kes lähtuvad looma võtmisel ainult hinnast, üldse looma võtma, sest ostmisel makstav summa on väga väikene osa sellest, mis tegelikult igal aastal looma ülalpidamisele kulub. Lisaks tuleb valmis olla erakorralisteks väljaminekuteks, kui loomaga peaks midagi juhtuma.

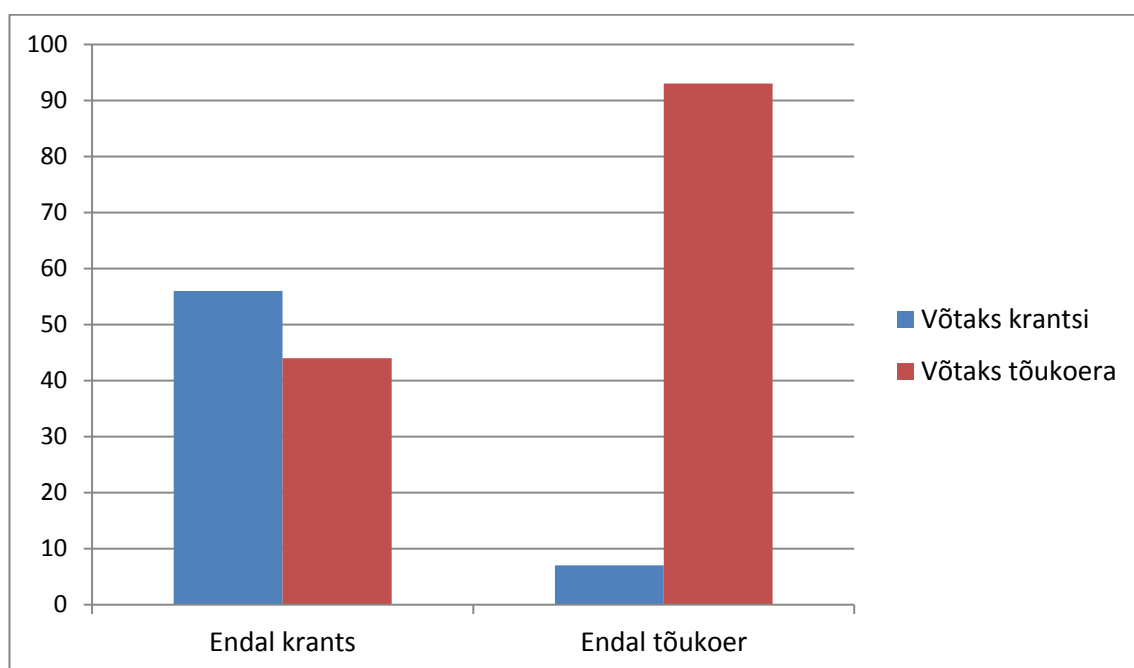


Joonis 9. Koera ostul määravaks osutunud tegurid koera hinna lõikes (% vastanutest). Allikas: küsitluse põhjal autori koostatud.

Töö autor soovis teada saada koeraomanike hoiakuid ning uuris järgmise küsimusega, kas uueks koeraks võetaks tõukoer või krants. Vastanutest 81% võtaks edaspidi endale tõukoera ja iga viies vastanu (19%) krantsi. Krantsi toetavate argumentidena toodi välja odavat hinda ja väidetavalt tugevamat tervist. Eraldi rõhutasid need vastanud, kellel on tõutunnistuseeta tõukoerad, et paberid ei ole üldse olulised ning koer on ilma paberiteta parem pereliige. Töö autor ei poolda sellist iganenud arusaama, et krantsid on tugevama tervisega. Tegu on müüdiga, mille põhjuseks on asjaolu, et krantsid on uurimata

tervisega ning neil esineda võivaid haigusi ei osata seetõttu ka prognoosida. Tõukoerte pooldajad tõid positiivsete aspektidena välja ennustatava iseloomu ja välimiku, uuritud tervise, kasvatajate usaldusväärsuse ning hilisema abi koera kasvatamisel. Mitmed vastajad mainisid, et neil ei oleks midagi ka ausa krantsi vastu, kuid nad ei soovi toetada tõutunnistusega tõukoerte tootmist ning võtaksid koera sellisel juhul hoopis varjupaigast.

Lisaks uuris töö autor praegu krantsi või tõukoera omavate vastanute käest, milline oleks nende eelistus tulevikus. Jooniselt 10 tuleb selgesti välja krantsi ja tõukoera omanike vahe, sest koguni 93% tõukoera omavatest vastanutest võtaks ka järgmiseks koeraks tõukoera. Samas krantsi omavate vastanute hulgas jaotusid tulevikus võetavate koerte puhul tulemused üsna võrdselt ehk krantsi võtaks uuesti 56% ja tõukoera 44% vastanutest. Järelikult on krantsi omanike hulgas rohkem inimesi, kes on koera võttes pettunud ning järgmisena soovivad kindlate iseloomujoonte ja välimusega (välimikuga) koera.



Joonis 10. Koera omavate vastanute eelistused tulevikus (%).

Allikas: küsitluse põhjal autori koostatud.

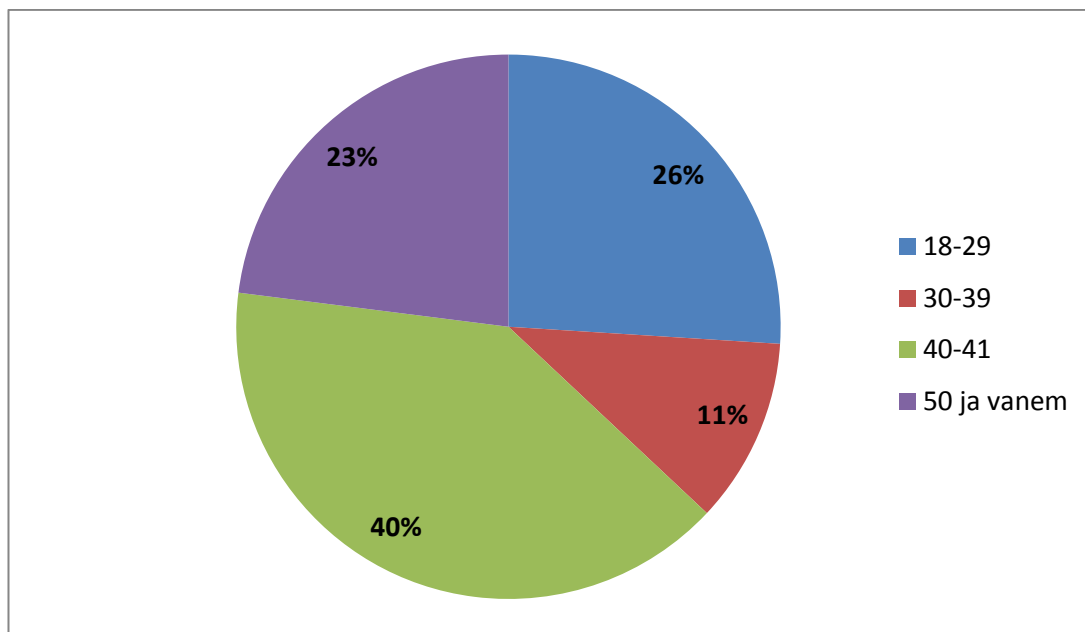
Viimase küsimuse kaudu uuris autor, kas vastanutel peale koerte ka teisi lemmikloomi on ning koguni 57% vastanutest oli kodus lisaks veel mõni lemmikloom. Teisi lemmikloomi omavatest vastanutest 77%-l oli kodus lisaks kass. Leidus ka üsna

eksootilisi lemmikuid nagu aafrika hiidteod, minisiga ja madagaskari prussakad. Saadud vastus tõestab teooria osas toodud väidet, et eestlaste hulgas kasvab inimeste osakaal, kes peavad korraga mitut lemmiklooma.

2.2. Tõukoerte pakkumist mõjutavad tegurid Eestis

Lemmikloomaturust mitmekülgsema ülevaate saamiseks viis autor läbi ka teise internetiküsitluse, mis oli suunatud koerakasvatajatele. Küsitluse postitas autor erinevatele lehekülgedele, kus suhtlevad koerakasvatajad. Kokku vastas küsitlusele 70 koerakasvatajat. Küsitlus koosnes 14 küsimusest, millest 11 keskendusid koerte kasvatamist ja müüki puudutavatele teemadele. Ülejäänud küsimused andsid teavet vastaja soo, vanuse ja elukoha tüübi kohta.

Sarnaselt esimesele küsitlusele, oli ka selle küsitluse vastanute hulgas oluliselt rohkem naisi (97%) kui mehi (3%). Nii ebavõrdse vastanute soolise jaotumise ühe põhjusena näeb töö autor naiste suuremat osakaalu koertega tegelemisel, sest ka koertenäitustel ja -võistlustel kohtab mehi oluliselt harvem. Koerakasvatajatele suunatud küsimustikule vastanute hulgas oli kõige enam (40%) 40-49 aastaseid inimesi (vt. joonis 11), üle 50 aastaseid vastajaid oli 23%, noori 19-29 aastaseid 26% ja 30-39 aastaseid vaid 11%. Erinevalt esimesest küsitlusest oli oluliselt rohkem vanemaid vastajaid, koguni 63% vastanutest olid vanemad kui 40 eluaastat. Põhjusteks peab autor aretustöö kulukust, kogemuste olulisust ja suurt ajakulu. Noored alles õpivad aretusega seonduvat ning tavaliselt puuduvad ka ajalised ja rahalised võimalused.

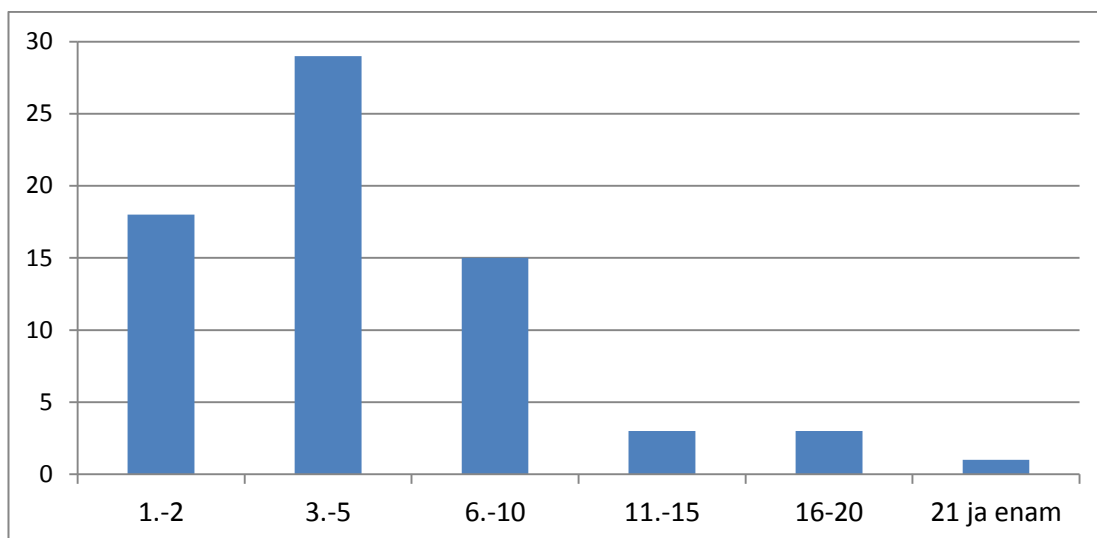


Joonis 11. Vastajate vanuseline jaotus (%). Allikas: küsitluse põhjal autori koostatud.

Järgmiseks uuriti vastajate elukohta tüüpi. Kõige suurem osa vastanutest (47%) elas maal eramajas. Linnas eramajas elas 28% ja linnas korteris 13% vastanutest. Maal korteris elas 5% ja linnas ridaelamus 4% vastanutest. Variandi „muu“ valis 3% vastanutest ning seda põhjusel, et omatakse mitut elukohta.

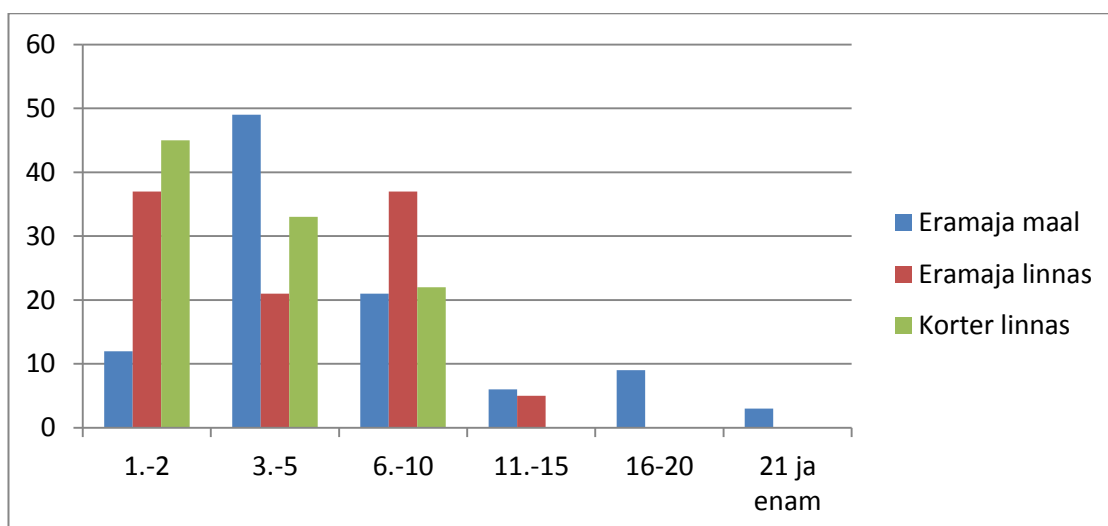
Koerte kasvatamist ja pakkumist puudutavatest küsimustest uuriti kõigepealt, kas vastajal on registreeritud kennelnimi ning 80%-l vastanutest see oli. Ülejäänud 20% puhul on tegemist tõenäoliselt algajatega või hobikorras aretusega tegelevate inimestega. Eestis kehtivate reeglite kohaselt tohib kasvataja registreerida kaks pesakonda ilma kennelnime omamata, kuid enne kolmanda pesakonna registreerimist peab olema olemas kinnitatud kennelnimi (Kennel...2015).

Küsimusele „Mitu koera Teil kodus on?“ vastas kõige enam inimesi (42%), et neil on 3-5 koera (vt. joonis 12). Vastanutest 26%-l oli kodus 1-2 koera, 23%-l aga 6-10 koera. Üle 10 koera oli kodus 9% vastanutest. Siinkohal tuleb hästi välja kasvatajate ja lihtsalt koeraomanike erinevus ehk kasvatajatel on keskmiselt rohkem koeri.



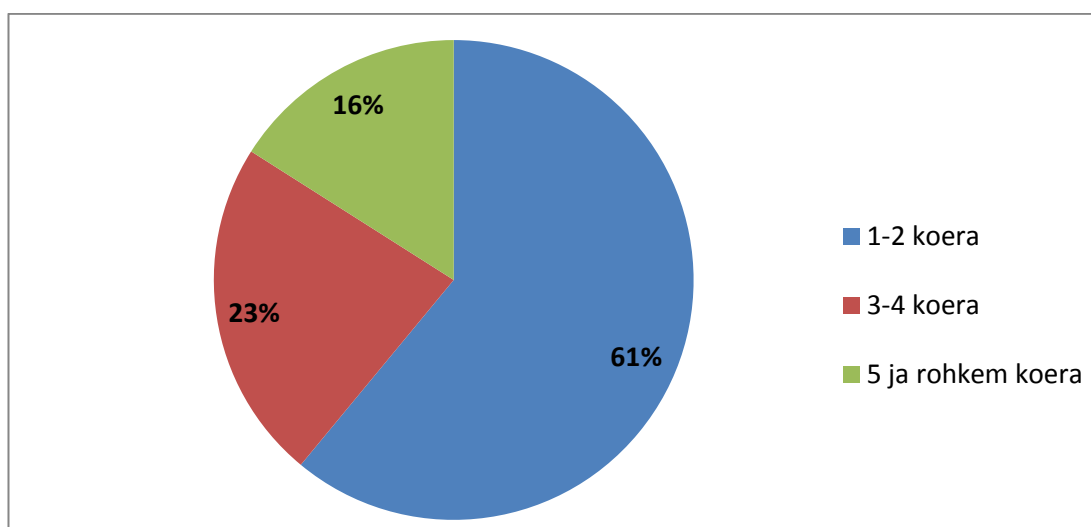
Joonis 12. Koerte arv kodus (%). Allikas: küsitluse põhjal autori koostatud.

Eelnevas alapunktis tõi autor välja seose koeraomanike elukohatüübi ja koerte arvu vahel. Täpselt sama seos tuleb välja ka koerakasvatajate korral (vt. joonis 13). Maal eramajas elavatest vastanutest pooled (49%) peavad 3-5 koera ja vaid 12%-l vastanutest on alla 3 koera. Üle 10 koera on maal eramajas elavatest vastanutest 18%-l. Linnas eramajas elavatest vastanutest 37% peab kodus 1-2 koera või koguni 6-10 koera. Suurem osa linnakorteris elavatest koerakasvatajatest (78%) peavad 1-5 koera ja 22% peab korteris 6-10 koera.



Joonis 13. Koerte arv kasvatajate elukohatüüpide lõikes (%). Allikas: küsitluse põhjal autori koostatud.

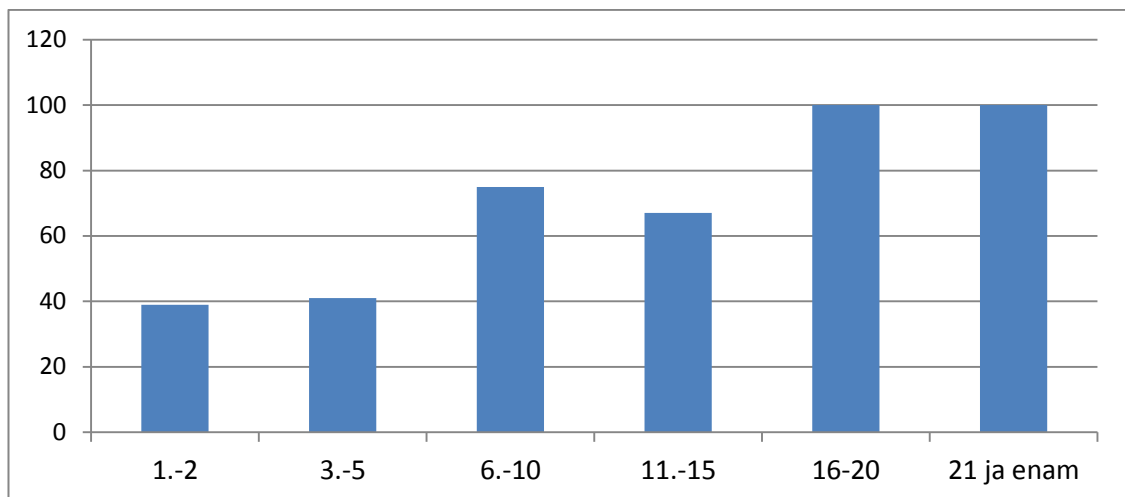
Järgmiseks uuris töö autor, kas vastanutel on kaasomandis koeri. Kaasomanduses olevad koerad ei pruugi elada kasvataja juures kodus, kuid kasvatajal on teatavad õigused ja kohustused. Kui eelnevalt uuris autor mitu koera on koerakasvatajatel kodus, siis kaasomanduses olevate koerte arvu sinna juurde liites saab teada, mitu koera kasvatajale tegelikult kuulub. Vastused jaotusid üsna võrdselt – vähemalt üks koer on kaasomandis 53%-l vastanutest ja 47%-l vastanutest ei ole ühtegi koera kaasomandis. Lisaks palus autor jaatava vastuse korral tuua välja, mitu koera kaasomandis on. Jooniselt 14 on näha, et üle poole vastajatest (61%) omab kaasomandis 1-2 koera, 23% on kaasomandis 3-4 koera ja 16% koguni 5 või rohkem koera.



Joonis 14. Kaasomandis olevate koerte arv (%).

Allikas: küsitluse põhjal autori koostatud.

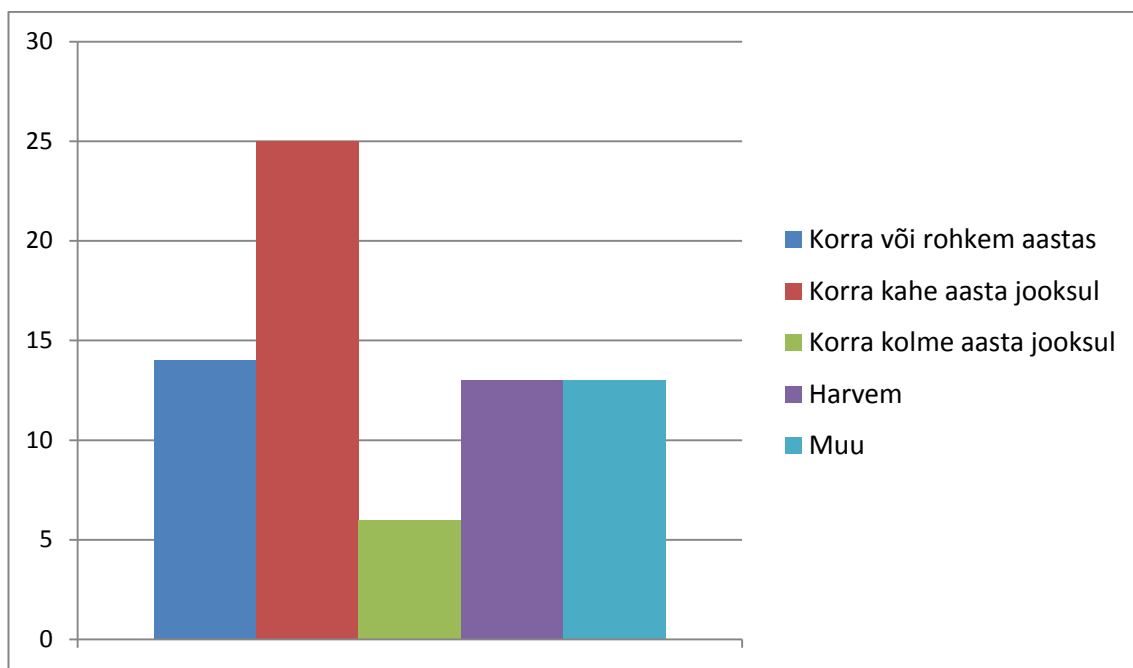
Jooniselt 15 nähtub, et vastanud, kellel on kaasomandis koeri, peavad ka kodus üldiselt rohkem koeri. 6-10 koera kodus pidanud vastanutest tervelt 75% on koeri ka kaasomandis. Vastanutest, kellel on kodus 1-2 või 3-5 koera, on vähemalt 1 koer kaasomandis vastavalt 39%-l ja 41%-l. 16 või enam koera kodus pidavatel vastanutel on kõigil kaasomandis koeri. Autor uuris lisaks, kas on seost ka kaasomandis olevate koerte arvu ja kasvataja kodus elavate koerte arvu vahel (nt mida rohkem koeri kasvatajal on, seda rohkem on ka kaasomandis koeri), kuid sellist seost välja ei tulnud.



Joonis 15. Kaasomandis koeri omavate vastajate koerte arv kodus (%).

Allikas: küsitluse põhjal autori koostatud.

Küsimusele „Kui tihti teete pesakondi?“ vastas 35% ühe korra kahe aasta jooksul (vt. joonis 16). Kui vastajal on kodus ainult üks emane aretuskoer, siis tihedamalt ei olekski see soovitatav, sest tiinus on emase koera jaoks kurnav. Eesti Kennelliidu reeglite kohaselt ei tohi emast koera enne uuesti paaritada, kui eelmine pesakond on vähemalt 8-kuune (Eesti Kennel...2015). Selle arvestuse kohaselt võiks emast koera paaritada igal aastal, kuid vastutustundlikud kasvatajad üldiselt sedasi emast koera ei kurna ning annavad pikema aja taastumiseks. Korra või rohkem aastas teeb pesakondi 20% vastajatest ning korra kolme aasta jooksul või harvem teeb pesakondi 27% vastajatest. Variandi „Muu“ valis 18% vastanutest, sest pesakondi praegu üldse ei tehta või tehakse vastavalt emase koera valmisolekule ning seda ei osatud hetkel prognoosida.

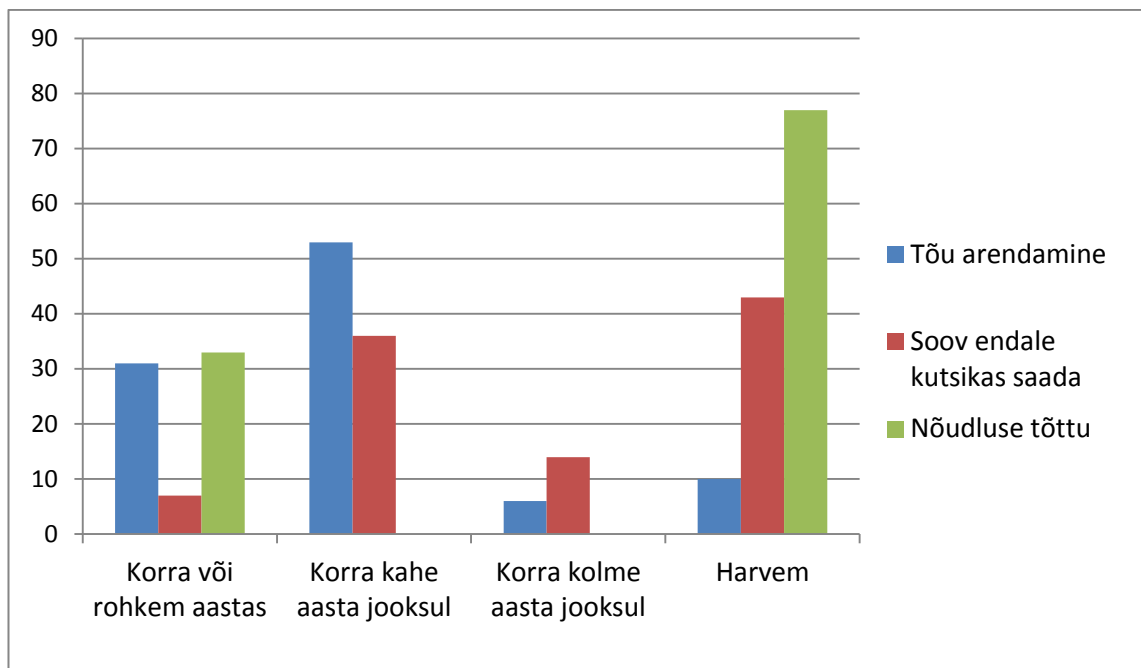


Joonis 16. Pesakondade saamise sagedus (%).

Allikas: küsitluse põhjal autori koostatud.

Iga pesakonna planeerimisel peab kasvatajal olema mingi ajend ning järgmiseks uuriski autor, mis need võiksid olla. Pooled vastanutest (50%) teevad koertele pesakondi tõu arendamise eesmärgil. 19% planeerib pesakonna, kui neil on soov endale kutsikas saada ja 4% nõudluse tõttu. Ühe variandina pakkus autor välja ka tulu teenimise, kuid seda ei pidanud ükski vastanutest oluliseks. Kuna töö autor ise ei tegele koerte aretamisega, siis oli küsimuse vastusevõimalusena pakutud välja ka variant „muu“. Selle valis vastajatest koguni 27%, sest sooviti pakutud variantidest välja tuua mitut või lisada veel midagi juurde (näiteks tõu populariseerimine). Töö autori nägemuse kohaselt peaks kasvatajate ülim eesmärk olema tõu omaduste, välimiku ja tervise arendamine ning saadud vastuste põhjal võib väita, et suures osas kasvatajad sellest lähtuvadki.

Jooniselt 17 saab näha, et tõu arendamise eesmärgil planeerivad kasvatajad pesakondi kõige tihedamalt korra kahe aasta jooksul (53% vastanutest), ühe korra või rohkem aastas (31%). Harvemini kui korra kolme aasta jooksul (77%) planeerivad pesakondi need kasvatajad, kelle ajendiks on nõudlus kutsikate järele. Soov endale kutsikas saada ajendab kasvatajaid uut pesakonda planeerima kas korra kahe aasta jooksul (36% vastanutest) või harvem kui kolme aasta jooksul korra (43% vastanutest).



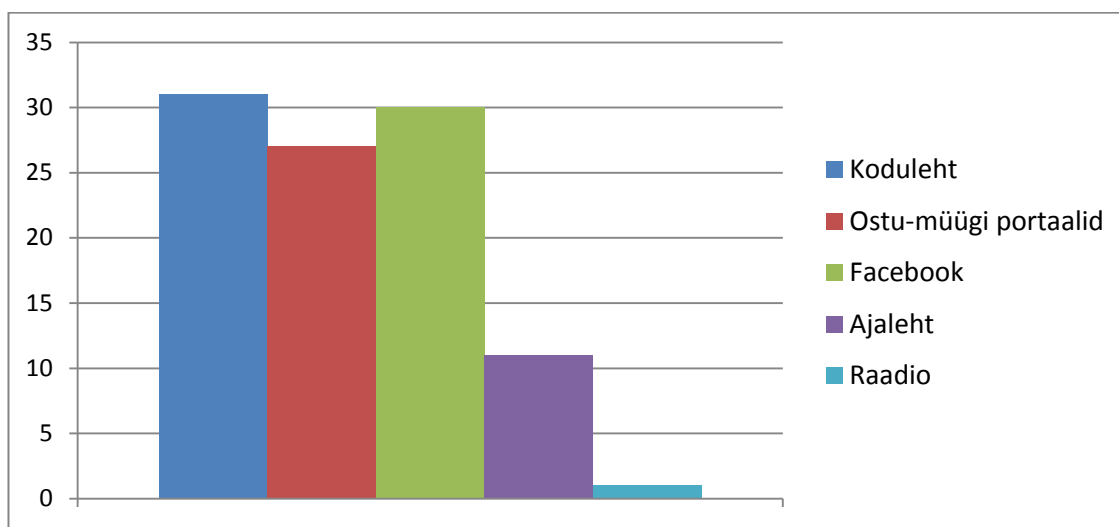
Joonis 17. Pesakondade sagedus ja ajendid (%).

Allikas: küsitluse põhjal autori koostatud.

Eesti Kennelliidus registreeritud kennelnime omavad kasvatajad on kohustatud kutsikaid müüma koos registreerimistunnistusega. Järgmiseks uuriti vastajatelt, kas nad müüvad kutsikaid registreerimistunnistusega või ei. Kõigist vastajatest vaid kolm ei tee seda ja põhjuseks on, et kasvatatakse segaverelisi koeri. Ülejäänud 67 vastajat müüvad oma koerte järglased nõuetekohaselt registreerimistunnistusega.

Üheks põhiliseks küsimuseks kutsikasoovijate hulgas on hind ning edasi uuriski autor, millise hinnaga kasvatajad kutsikaid müüvad. Autor palus vastajatel välja tuua hinnavahemiku, sest kõik kutsikad ei ole näitusekvaliteediga ning kodukoeraks müüdavad kutsikad maksavad tavaliselt vähem. Saadud vastused olid üsna erinevad. Madalaim kutsikate müügihind, mis välja toodi, oli 100 eurot ja kõige kõrgem 3500 eurot. Suuremal osal vastajatest (87%) jääb kutsikate hind vahemikku 500-1500 eurot. Kallimalt kui 1500 eurot müüs oma koeri 9% vastanutest. Kuna vastanute hulgas oli ka segavereliste koerte kasvatajaid, siis nende hinnad jäid vahemikku 50-200 eurot (4% vastanutest). Töö autor peab saadud tulemusi üldjoontes üsna ootuspärasteks. Üllatavaks osutus 2000-3500 euro suurune kutsika hind. Võimalik, et sellise hinnaga müüakse kutsikaid välismaale või on tõesti tegu haruldase ja nõutud tõuga.

Kõigi koerakasvatajate südameasi on leida kutsikatele head kodud, kuid selleks on vaja, et info kutsikatest jõuaks õigete inimesteni. Järgmiseks küsimuseks oli „Milliseid kanaleid kasutate kutsikate müümiseks?“. Üsna võrdsel määral kasutavad kasvatajad kutsikate müümiseks järgmisi kanaleid: kodulehte (31% vastanutest), Facebooki (30%) ja erinevaid ostu-müügi portaale (27%) (vt. joonis 18). Seega võib öelda, et 87% vastanutest, s.o suurem osa, kasutab müügikanalina internetti. Ajalehes kuulutas 11% vastanutest ja raadiot kasutas ainult 1%. Lisaks toodi välja veel tõuühingu koduleht ja Eesti Kennelliidu kasutamine.



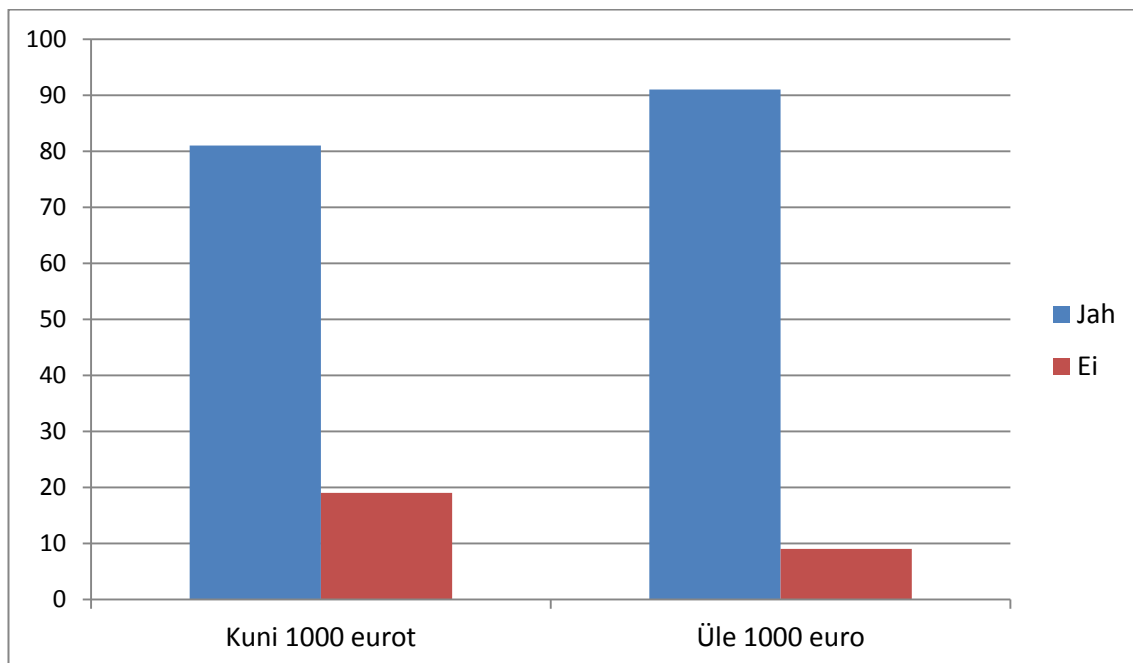
Joonis 18. Kutsikate müümiseks kasutatavad kanalid (% vastanutest).

Allikas: küsitluse põhjal autori koostatud.

Kõik kutsikad vajavad kodu, aga mitte kõik inimesed ei sobi loomaomanikeks. Seetõttu uuris autor vastajatelt, kas nad on kunagi keeldunud mõnele inimesele kutsikat müümast ja miks. Koguni 86% vastanutest on keeldunud mõnele soovijale kutsikat müümast. Kõige enam toodi keeldumise põhjustena välja ostja ebausaldusväärsust, vajalike tingimuste puudumist ja tõu eripärade vähest tundmist. Töö autori arvates on selline tihe ostjate selekteerimine äärmiselt positiivne, sest sageli ei mõelda koeravõttu korralikult läbi, mis on ka üheks põhjuseks, et Eestis on loomade varjupaikades väga palju loomi.

Kasvatajate hulgas, kes müüvad oma koeri kuni 1000 euroga, ei ole kunagi müümast keeldunud 19% vastanutest (vt. joonis 19). Üle 1000 euroga müüvate kasvatajate seas oli sama näitaja 9%. Siit järeldub, et kasvatajad, kes näevad aretusega tõsist vaeva ja

müüvad oma koerad kõrgema hinnaga, on ka ostjate suhtes valivamad. Kasvatajad, kellele on oluline kiiresti kutsikatest lahti saada, soovivad oma kasumi ruttu kätte saada ja nad ei muretse uute omanike sobivuse pärast.



Joonis 19. Koera müügihind ja müümisest keeldumine (%).

Allikas: küsitluse põhjal autori koostatud.

Viimasena soovis autor teada saada, millised on koerakasvatajate arvates suurimad probleemid tõukoorte turul. Kuna tegu oli avatud küsimusega, siis vastuseid oli üsna napisõnalisi ja ka väga pikki ja põhjalikke. Kasvatajate vastustest võis välja lugeda, et kõige suurema probleemina nähakse tõutunnistusega tõukoorte tootmist tulu teenimise eesmärgil. Suur hulk kasvatajaid tundis muret aretuses kasutatavate koerte kvaliteedi ning sealt tulenevate terviseprobleemide pärast. Kui aretusse kaasatakse uurimata koer, kes ei ole läbinud töökatseid ega käinud näitustel, siis ei ole tegu aretustööga. Sellise koera kasutamine järglaste saamiseks ei anna tõule midagi juurde, pigem võib edasi kanda halbu iseloomuomadusi või kehva tervist. Lisaks toodi välja kutsikasoojijate teadmatus ehk enne koera võtmist ei ole endale selgeks tehtud, mis on tõutunnistus ja mis selle olemasolu annab. Kahjuks leidub siiani piisavalt ostjaid, kes väidetavalt soovivad tõukoera, aga märgivad juurde, et tõutunnistus ei ole oluline. Tänu sellistele ostjatele leidubki piraatkoerte tootjaid, kelle kutsikad meenutavad mingit tõugu, aga

tõutunnistust ei oma ning hind on vaid paarsada eurot odavam kui õigel tõukoeral. Koerakasvatajad tõid välja veel mitmeid erinevaid aspekte koerte pidamises, millele tuleks tähelepanu pöörata, kuid autor leidis, et tõuspetsiifiliselt ei ole käesolevas töös võimalik probleeme lahkama asuda ning piirdus suuremate murekohtade selgitamisega.

2.3. Saadud tulemused ning järeldused lemmikloomaturu kohta

Töö autor keskendus Eesti lemmikloomaturu nõudlust ja pakkumist mõjutavate tegurite välja selgitamisel ja analüüsimisel tõukoertele ning seega ei saa tulemuste põhjal teha üldistusi terve lemmikloomaturu kohta. Samas annavad saadud tulemused üsna hea ülevaate tõukoerte turust Eestis ning seal esinevatest kitsaskohtadest.

Eestis sündivate tõukoerte arv kasvab FCI andmetel igal aastal. Näiteks 2010 aastal sündis Eestis 3807 kutsikat, 2013 aastal oli sama näitaja juba 4217. Eestis registrisse kantud koerte arv oli 2013 aastal 51940. (Stat...2015) Erinevat tõugu koeri kanti 2014 aastal Eesti Kennelliidu registrisse 159. Kennelliidu andmete kohaselt oli 2014. Aastal registreerimiste arvu poolest kõige populaarsemaks tõuks kuldne retriiver (296). Teisel kohal oli 229 registreerimisega saksa lambakoer ja kolmandal tiibeti mastif (209). (Pikkov 2015: 45-46)

Kõigepealt analüüsis autor tõukoerte nõudlust mõjutavaid tegureid ning saadud tulemused olid kohati üsna ootuspärased. Ligi pooled vastanutest elavad eramajas, mis ühtib üldsuse arvamusega, et koer võetakse tihti just eramajja. Üsna suur osa (37%) vastanutest elab linnas korteris, kuid korteris peetavate koerte keskmine arv oli väiksem, kui eramajas elavatel vastanutel. Seega mõjutab inimeste elukoht ja selle tüüp (maja või korter) üsna palju peres peetavate koerte arvu.

Teooria osas tõi autor välja, et koeravõtt planeeritakse tihti soojale ajale ja proovitakse ühildada puhkusega. Küsitluse tulemustest lähtuvalt see Eestis nii ongi, sest 59% vastanutest võtsid koera kevadel või suvel ning lisasid kommentaarina juurde samad argumendid, mis autor välja tõi. Talvist koeravõttu põhjendati korra aastas sündivate kutsikatega ja üht osa vastanuid ei mõjutanud aastaaeg üldse.

Valdav enamus vastanutest ostis koera Eesti või välismaa kennelist, mis on tõukoerte turgu uurides üsna ootuspärane tulemus. Koerakasvatajaid peetakse usaldusväärseteks ning kennelist ostetud koeral on teatud garantii. Näiteks peab kasvataja pool koera hinnast tagasi maksma, kui koeral ilmneb mõni näitusel diskvalifitseeriv viga. Tõutunnistusega tõukoerte omanikel tavaliselt selline garantii puudub.

Kõige suurem osa vastanutest võttis koera perele seltsiks. Loomulikult peabki koer eelkõige olema perekonna liige, kuid erinevate harrastustega tegelemine on sõltuvalt koera tõust üsna oluline, et koer saaks elada täisväärtuslikku elu. Seega olid vastanud enne koera võtmist enda jaoks selgeks teinud, mida koeraga edaspidi harrastada soovitakse ning valisid sobiva koera just sellest lähtuvalt.

Infot otsisid vastanud kõige rohkem internetist, kuid sealt leitud infos täheldasid vastanud ka kõige enam vasturääkivusi. Järelikult pidid vastanud ise väga palju vaeva nägema, et selekteerida välja tõene informatsioon. Koeranäitusi külastanud ja kennelite poole pöördunud vastanud said õige ja vajaliku informatsiooni kätte lihtsamalt, sest kasutasid usaldusväärsemaid kanaleid.

Keskmine tõukoerte hind Eestis jääb 1000 euro juurde ning ka küsitlusele vastanutest üle poole maksis koera eest 500-1500 eurot. Kui tõukoer on saadud palju odavamalt, siis tavaliselt on tegu praakkoeraga, kes ei sobi näitusekoeraks või on koer ostetud kaasomandisse.

Kõige olulisemateks teguriteks koera valikul osutasid vastanute jaoks koera müüja usaldusväärsus, korrektne ostu-müügi lepingu sõlmimine ja alles siis hind. Autori arvates on selline järjestus tõestus üha kasvavast teadlikkusest: ei valita enam koera puhtalt hinna järgi, vaid lähtutakse olulisemast.

Autor uuris ka, kas leidub seos leibkonnaliikme sissetuleku ja koera eest makstud hinna vahel, kuid sellist otsest seost ei selgunud. Leidus väga madala sissetulekuga vastanuid, kes olid koera eest maksnud üle 1500 euro ja samas ka üle 1000 euro kuus leibkonna liikme kohta teeninud vastanuid, kes maksid koera eest nimetatust madalamat hinda (501-700 eurot).

Vastanud, kes pidasid koera valikul kõige olulisemaks koera hinda, maksid koera eest üldiselt ka madalamat hinda kui need vastanud, kes pidasid oluliseks koera vanemate kontrollitud tervist. Järelikult sõltub inimese valmisolek koera eest kõrgemat hinda maksta tema väärtushinnangutest.

Saadud vastuste põhjal koostas autor keskmise koeraomaniku profiili, milleks on:

- naine;
- 18-29 aastane;
- elab eramajas;
- peab 1-2 koera seltsilistena;
- koer ostetud kevadel või suvel kennelist;
- maksis koera eest 701-1000 eurot;
- infot tõu kohta sai internetist ja sõpradelt/tuttavatelt;
- määravaks koera valikul sai müüja usaldusväärsus;
- järgmiseks koeraks võtaks tõukoera;
- omab peale koera/koerte veel mõnda lemmiklooma.

Küsitluse tulemuste põhjal on Eesti lemmikloomaturu kõige olulisemateks nõudlust mõjutavateks teguriteks inimese elukoht, aastaaeg, koera võtmise ajend, leitud informatsiooni õigsus, koera müüja usaldusväärsus ja koera vanemate kontrollitud tervis. Oluline on ka hind, kuid ainult teatud tüüpi ostjate jaoks.

Teises küsitluses uuris autor Eesti lemmikloomaturu pakkumist mõjutavaid tegureid tõukoerte näitel. Valdav enamus koerakasvatajaid on üle 40 aasta vanad, elavad eramajas ning peavad kodus vähemalt 3 koera. Üle poole vastanutest omab lisaks ka kaasomandis koeri.

Koerte müügihinnad olid vastanutel väga erinevad, aga suuremal osal jäid need 500-1500 euro vahele. Samas märkisid kasvatajad, et hind ei ole kivisse raiutud ehk ostja sobivusel müüakse paljud koerad ka odavamalt või leitakse mõni muu sobiv lahendus.

Pesakondi kavandas vastanutest kõige suurem osa korra kahe aasta jooksul. Leidus ka üsna palju kasvatajaid, kes said igal aastal vähemalt ühe pesakonna, kuid neil oli kodus ka rohkem aretuskoeri. Pesakonda ajendas kõige rohkem saada kasvatava tõu

arendamine ja soov endale kutsikas saada, tulu teenimine ei olnud eesmärgiks ühelgi vastanul.

Müügikanalina kasutas enamus vastanutest internetti, mis on üsna loogiline. Internetis on võimalik jõuda kõige suurema hulga potentsiaalsete ostjateni, kui kasutada õigeid lehekülgi. Paljud kasvatajad müüvad kutsikaid veel ka läbi tõuühingute ja Eesti Kennelliidu. Kaks viimast on kasvatajate jaoks usaldusväärsemad, sest ostjad, kes oma kutsikate otsingutel tõuühinguteni või Eesti Kennelliiduni jõuavad, on tavaliselt koera võtmist kaua planeerinud ja omavad vajalikku informatsiooni.

Tüüpilisel turul pakub müüja oma kaupa ostjatele, aga tõukoerte turul otsustab kasvataja, kas ta müüb oma kutsika soovijale või ei. Valdav enamus vastanutest on mõnele soovijale keeldunud kutsikat müümast. Keeldumise põhjustena toodi välja halb mulje ostjast, vajalike tingimuste puudumine koerale ja tõu mittetundmine. Kuna vastanute hulgas oli väga erinevaid tõuge kasvatavaid inimesi, siis olid ka nõutud tingimused ja teadmised potentsiaalsele ostjatele erinevad.

Kuna koerakasvatajad on kõige paremini kursis koera kasvatamise ja omamise erinevate probleemidega, siis palus autor neil välja tuua nendest kõige olulisemad. Valdav osa vastanuid pidas suureks probleemiks tõutunnistusega tõukoerte pakkumist ning seda mitte madala hinna vaid aretustöö rikkumise tõttu. Vastutustundlikud kasvatajad kasutavad aretuses uuritud tervisega koeri, kes on end näitustel ja töökatsedel tõestanud ning kannavad edasi suurepäraseid iseloomuomadusi.

Töö autor koostas saadud vastuste põhjal ka keskmise koerakasvataja profiili, mis on järgmine:

- naine;
- üle 40 aasta vana;
- elab eramajas;
- omab registreeritud kennelnime;
- peab kodus vähemalt 3 koera;
- vähemalt 1 koer on kaasomandis;
- kutsikate pesakondi saadakse korra kahe aasta jooksul;
- ajendiks tõu arendamine või soov endale kutsikas saada;

- müüb kutsikaid registreerimistunnistusega;
- koerte hind on 500-1500 eurot;
- müügikanalina kasutab internetti (koduleht, Facebook, ostu-müügi portaalid);
- on keeldunud mõnele soovijale kutsikat müümast;
- ei tolereeri tõutunnistusega tõukoerte pakkumist.

Küsitlusest saadud tulemuste põhjal on põhilisteks Eesti lemmikloomaturu pakkumist mõjutavateks teguriteks pesakondade saamise tihedus ja ajendid, sobivate ostjate leidmine ning ostjate teadlikkus.

Töö autor leiab, et tõukoerte turule oleks väga positiivse mõjuga tõutunnistuse olemust ja vajalikkust selgitav kampaania. Praegu leidub suur hulk inimesi, kes soovivad endale väidetavalt tõukoera, kuid ei mõista tõutunnistuse olulisust ning ostavad seega registreerimistunnistusega koera. Sedasi toetavad nad piraatkoerte tootjaid, kes kasutavad aretuses igasuguseid koeri ning teevad tõule sellega suurt kahju. Viimase aasta jooksul on internetis koeraomanikele mõeldud lehekülgedel üritatud läbi viia teavitustööd tõutunnistuse olemusest ja olulisusest ning koerte pidamisest üldiselt, et tõsta potentsiaalsete ostjate teadlikkust. Kahjuks ei jõua see info suure osa inimesteni ning selle muutmiseks peaks kampaania olema üleriigiline ja kasutama peaks erinevaid kanaleid.

Tõutunnistusega tõukoerte pakkumist aitaks piirata tõutunnistusega koerte kõigi mitte aretuskõlblike järglaste steriliseerimine enne müüki. Eestis kahjuks ei steriliseerita alla 6-kuu vanust looma ning seega ei saa sellist varianti rakendada. Kindlasti aitaks ka klausel ostu-müügi lepingus, et koer tuleb poole aastaseks saades steriliseerida. Sellisel juhul oleksid aretuskoerad vastutustundlike kasvatajate omandis.

Viimasel ajal on olnud väga aktuaalne teema loomapiinamine (mitmed vastavasisulised ajaleheartiklid, kohtuotsused) ning selle taustal loodi idee, et enne koera võtmist peaks inimesele olema kohustuslik läbida loomapidamise algkursus. Selline kohustus paneks inimesed enne looma võtmist hoolikamalt mõtlema ning tõenäoliselt väheneks hüljatud loomade arv üsna palju. Loomulikult eeldaks selline kohustus riigi poolset sekkumist ja rahalist abi, kuid sellel oleks ka silmnähtav tulemus.

Hüljatud loomade arvu vähendaks ka kiibi registreerimise kohustus. Veterinaar Janne Orro sõnul on Eestis lemmiku kiibistamine küll kohustuslik, kuid andmete registrisse kandmine mitte. Seega ei anna kiipimine mingit tulemust, sest looma ei ole võimalik kuidagi omanikuga siduda. Samuti on probleemiks mitme registri kasutamine. Vaja oleks luua üks üleriigiline lemmikloomade register, kuhu kantakse kõik andmed.

Käesolev töö keskendus tõukoerte turule, aga leidub palju sarnasusi ka näiteks tõukasside turuga ja laiemalt koerte turuga. Sarnaselt tõukoertele, leidub ka tõukasside turul palju tõutunnistuseeta tõulaadseid kasse, keda müüakse mingi tõu esindajana. Samuti levib müüte tõukasside väga nõrga tervise kohta, mis ei vasta sugugi tõele. Nii tõukoerte kui ka kõigi teiste lemmikute turul on probleemiks väga kergekäeline lemmikute võtmine ning samuti neist loobumine. Järelikult võib saadud tulemuste põhjal teha teatud määral üldistusi ka lemmikloomaturu kohta laiemalt, mitte piirduda ainult tõukoerte turuga.

KOKKUVÕTE

Käesolev bakalaureusetöö keskendus Eesti lemmikloomaturu nõudlust ja pakkumist mõjutavate tegurite väljaselgitamisele. Töö teoreetilises osas anti ülevaade lemmikloomaturu spetsiifikast ja probleemidest ning võimalikest nõudlust ja pakkumist mõjutavatest teguritest. Samuti toodi iga alapeatüki lõpus välja autori arvates kõige olulisemad mõjutajad.

Antud töö teoreetilisest osast selgus, et lemmikloomaturul ei käitu ostjad ja müüjad klassikalise turuteooria kohaselt. Nimelt ei ole pakkujate esmaseks eesmärgiks kasu saamine, sest kaubeldakse elavate olenditega. Samuti valib müüja kellele oma koera järglasi müüa ja kellele mitte. Erinevalt tavalisest turust, kus pakkuja reklaamib oma kaupa, peavad lemmikloomaturul ostjad ise otsima infot pakutavate kutsikate kohta ning kontakteeruma kasvatajatega. Kasvatajad panevad info kutsikatest tavaliselt kodulehele ja sotsiaalmeediasse ning sellega reklaam piirdub.

Põhiliseks probleemiks nii Eesti lemmikloomaturul kui ka teistes riikides on ületootmine. Igal aastal sünnib juurde pesakondade viisi lemmikuid, kellele kodu ei leidu ning seda tõestab loomade hulk varjupaigas. Kõige suurema probleemina tõukoerte turul nähakse tõupaberiteta tõukoerte pakkujaid. Tõupaberiteta tõukoerte müüjate puhul ei ole tegemist koerakasvatajatega, sest tegu ei ole aretusega, kuna kasutatakse uurimata tervise ja võimalike iseloomuvigadega koeri. Selliste koerte kasutamine mõjub tõule laastavalt, sest levib palju pärilike haigustega koeri, keda võidakse samuti tulevikus paarituses kasutada ning seetõttu mõjutab see kogu tõugu.

Nõudlusteooria kohaselt kasvab nõudlus kauba järele hinna alanedes ning väheneb hinna tõustes. Lemmikloomaturul ei sõltu nõudlus alati hinnast, eriti tõukoerte puhul. Kui kutsika soovija on endale selgeks teinud milliste omadustega ja mis harrastuste jaoks koera soovitakse, siis ollakse valmis sobiva koera eest ka kõrgemat hinda maksma. Soovijad, kes lähtuvad koera valikul ainult hinnast, peaksid koera võtmisest

üldse loobuma, sest ostuhind on ainult üks väikene osa kõigist kulutustest, mis tulevikus tuleb teha.

Üheks väga oluliseks nõudluse mõjutajaks on informatsiooni asümmeetria. Tõukoerte turul on ostja jaoks oluline leida informatsiooni soovitud tõu kohta, kuid õige info leidmine võib osutuda keeruliseks. Internetist leiab väga erinevat informatsiooni, mis ei pruugi alati õige olla. Isegi mitme kasvatajaga suheldes võib ühe ja sama tõu kohta saada väga erinevat infot.

Lisaks hinnale ja informatsiooni asümmeetriale on lemmikloomade turul veel mitmeid nõudlust mõjutavaid tegureid, millest andis autor täpsema ülevaate töö teoreetilises osas. Kõige olulisemateks lemmikloomaturu nõudlust mõjutavateks teguriteks pidas autor hinda, ostjate sissetulekuid, moodi ja eelistusi ning informatsiooni asümmeetriat.

Turupakkumine peaks sõltuma pakutava kauba müügihinnast ehk kui hind tõuseb, siis ollakse valmis rohkem tootma ja müüma ning vastupidi. Lemmikloomade turul ei sõltu pakkumine alati hinnast, sest kasvatajate eesmärgiks ei ole tulu teenimine. Tõukoerte turul teevad kasvatajad pesakondi enamasti soovist tõugu arendada või tahavad endale konkreetsest paaritusest kutsikat.

Töö autor tõi ka eelnevalt välja, et tõukoerte turul ei tegele kasvatajad aktiivselt reklaamiga. Seega on olukord võrreldes tavalise turuga vastupidine ehk ostjad peavad ise otsima pakkujaid. Samuti keelduvad kasvatajad koera müümast, kui neile tundub, et ostja ei ole pädev koera eest hoolitsema või tundub ebausaldusväärne.

Töö teoreetilises osas andis autor ülevaate paljudest võimalikest lemmikloomaturu pakkumist mõjutavatest teguritest, aga kõige olulisemateks pidas autor nõudlust, müüjate arvu ja kasvatajate ambitsioone.

Käesoleva bakalaureusetöö empiirilises osas selgitas autor välja Eesti lemmikloomaturgu mõjutavad tegurid tõukoerte näitel. Selleks viis autor läbi kaks küsitlust, millest üks keskendus nõudluse ja teine pakkumise poolele. Saadud tulemuste põhjal saab välja tuua Eesti tõukoerte turul nõudlust ja pakkumist mõjutavad tegurid. Nõudluse poolel osutusid olulisimateks mõjutajateks inimese elukoht, aastaag, koera võtmise ajend, leitud informatsiooni õigsus, koera müüja usaldusväärsus ja koera

vanemate kontrollitud tervis. Teatud tüüpi ostjate jaoks oli oluline ainult hind, kuid seda ei pea autor õigeks. Pakkumise olulisemateks mõjutajateks olid pesakondade tegemise tiheus ja ajendid, sobivate ostjate leidmine ning ostjate teadlikkus.

Kokkuvõttes võib öelda, et Eestis oleks vaja tõsta inimeste teadlikkust tõupaberite olemusest ja nende vajalikkusest. Vajalik oleks ka suurem steriliseerimise ja kastreerimise propageerimine, et vähendada sündivate loomade hulka, sest väga paljud satuvad varjupaika. Samas võib tulemustest järeldada, et Eesti loomapidamise kultuur on arenenud ning praegune suund on positiivne.

VIIDATUD ALLIKAD

1. **Acerbi, A.** Fashion vs. Function in cultural evolution: the case of dog breed popularity. 16.09.2013 [<https://acerbialberto.wordpress.com/2013/09/16/fashion-vs-function-in-cultural-evolution-the-case-of-dog-breed-popularity/>] 18.01.2015
2. Bid to save Skye terrier from extinction. The Scotsman. [<http://www.scotsman.com/lifestyle/heritage/bid-to-save-skye-terrier-from-extinction-1-2931156>]. 07.02.2015
3. Breeders vs. Rescues [<http://www.dogbreedinfo.com/articles/breedersvsrescues.htm>]. 15.01.2015
4. Eeskirjade vastuolud seadusega. Eesti Loomakaitse Liit. [<http://loomakaitse.eu/kasside-ja-koerte-pidamise-eeskirjade-vastuolud-seadusega/>]. 20.01.2015
5. Eesti Kennelliidu tõuraamatu määrus. Eesti Kennelliit, 2001, 8 lk. [<http://kennelliit.ee/wp-content/uploads/2014/04/EKL-t%C3%B5uraamatum%C3%A4%C3%A4rus.pdf>]. 11.04.2015
6. Eestis leidub üle 100 kasutu lemmikloomaregistri. Postimees [<http://www.postimees.ee/2856857/eestis-leidub-ule-100-kasutu-lemmikloomaregistri>]. 16.01.2015
7. EKL teenuste hinnakiri. Eesti Kennelliit [<http://kennelliit.ee/teenused/ekl-teenuste-hinnakiri/>]. 11.01.2015
8. **Giacobbe, R. W., Jackson Jr, D. W., Crosby, L. A., Bridges, C. M.** A Contingency Approach to Adaptive Selling Behavior and Sales Performance: Selling Situations and Salesperson Characteristics. - The Journal of Personal Selling and Sales Management, 2006, Vol. 26, No. 2, pp. 115-142.
9. **Haltiwanger, J., Harrington, J. E. Jr.** The impact of cyclical demand movements on collusive behavior. – The RAND Journal of Economics, 1991, Vol. 22, No. 1, pp. 89-106.

10. **Hayes, M. G.** The Economics of Keynes. UK: Edward Elgar Publishing Limited, 2006, 257 p.
11. **Healy, P. M., Palepu, K. G.** Information asymmetry, corporate disclosure, and the capital markets: A review of the empirical disclosure literature. – Journal of Accounting and Economics, 2001, Vol. 31, pp. 405-440.
12. Kas masu karistab kutsikaid?
[http://www.koer.ee/Kas_masu_karistab_kutsikaid_.html]. 18.01.2015
13. Kasvataja kohustusleping. Eesti Kennelliit
[<http://kennelliit.ee/kasvatajad/kasvataja-kohustusleping/>]. 10.01.2015
14. Kennelnimi. Eesti Kennelliit [<http://kennelliit.ee/kasvatajad/kennelnimi/>].
10.04.2015
15. **Kirzner, I. M.** Market Theory and the Price System. USA, The Mises Institut, 2007, 324 p.
16. Koerad. Eesti Sisekaitseakadeemia.
[http://stud.sisekaitse.ee/radala/teenistuskoorte_kasutamine/koerad.html]
10.02.2015
17. Koer rendilepinguga – hunnik probleeme või viljakas koostöö? Eesti Kennelliit
[<http://kennelliit.ee/koer-rendilepinguga-hunnik-probleeme-voi-viljakas-koostoo/>]. 15.01.2015
18. Lemmikloomade pidamise nõuded. Vastu võetud Põllumajandusministeeriumis 24. juulil, 2008. aastal – Riigi Teataja 3. osa, 2008, nr. 66, art 938.
[<https://www.riigiteataja.ee/akt/13199887>]. 03.01.2015.
19. Leonbergerite aretusnõuded. MTÜ Leonbergerite Tõuühing.
[<http://www.leonbergerdog.eu/?ca=aretusnouded>]. 07.02.2015
20. Loomade statistika aastate lõikes. Varjupaikade MTÜ
[<http://www.varjupaik.ee/#!loomade-statistika/cn7v>]. 15.01.2015
21. Loomakaitseseadus. Vastu võetud Riigikogus 13. detsembril 2000. aastal – Riigi Teataja I osa, 2001, nr. 3, art. 4. [<https://www.riigiteataja.ee/akt/72588>].
05.01.2015.
22. **Mankiw, N. G.** Principles of Macroeconomics. 6th edition. Mason: Cengage Learning, 2011, 578 p.

23. Meie seisukoht eutanaasia osas. Varjupaikade MTÜ
[<http://www.varjupaik.ee/#!/eutanaasia/copr>]. 15.01.2015
24. Millest sõltub kutsika hind? [<http://www.breezyblizzard.com/lugemist/millest-soltub-kutsika-hind/>]. 15.01.2015
25. Müügihinna kujundamine ja hoidmine. Ettevõtluse Arendamise Sihtasutus
[<http://www.eas.ee/et/alustavale-ettevotjale/ettevotlusega-alustamine/turundus-ja-esimene-mueuek/mueuegihinna-kujundamine-ja-hoidmine>]. 15.01.2015
26. **Nicholson, W., Snyder, C.** Microeconomic Theory: Basic principles and Extensions. Eleventh edition. South-Western: Cengage Learning, 2008, 784 p.
27. Nõuandeid kutsika valikul [<http://kodu.neti.ee/~konkurendi/nouanded.html>]. 17.01.2015
28. **Pikkov, V.** 2014.a. EKL registrisse kantud koeratõud. – Koer, 2015, nr. 1, lk. 45-46.
29. **Pindyck, R. S., Rubinfeld, D.L.** Microeconomics. Seventh edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall, 2009, 736 p.
30. **Saffer, H., Chaloupka, F.** Tobacco Advertising: Economic Theory and International Evidence. NBER Working Paper, No. 6958, 36 p.
31. Sales and distribution channels. Ewing Marion Kauffman Foundation, 2006, 2 p.
[<http://entrepreneurship.org/~media/Entrepreneurship/Files/Entrepreneurship/Entrepreneurship/Sales%20and%20Distribution%20Strategies%20and%20Channels.pdf>]. 16.01.2015.
32. Statistics from our members and contract partners. Federation Cynologique Internationale. [<http://www.fci.be/en/Statistics-from-our-members-contract-partners-79.html>]. 18.04.2015.
33. Tarbijakaitseeadus. Vastu võetud Riigikogus 11. veebruaril, 2004. aastal – Riigi Teataja I osa, 2004, nr. 13, art. 86. [<https://www.riigiteataja.ee/akt/TKS>]. 12.01.2015.
34. **Vesik, L.** Lemmikloomad Eesti veebis viimasel viiel aastal. - Mäetagused, 2008, nr. 40, lk. 69-82.

LISAD

Lisa 1. Lemmikloomaturu nõudluse küsimustik

1. Kas Teil on koer/koerad?
 - Jah
 - Ei
2. Mitu koera Teil praegu on?
 - 1-2
 - 3-5
 - 6-10
 - Muu (palun täpsustage)
3. Millal koera/koerad võtsite?
 - Kevadel
 - Suvel
 - Sügisel
 - Talvel
4. Kust Teie koer/koerad ostetud on?
 - Kennelist
 - Varjupaigast
 - Turult
 - Tuttavatelt (kingitud, saadud)
 - Välismaalt
5. Millisel eesmärgil koera peamiselt võtsite?
 - Perele seltsikoeraks
 - Näitusekoeraks
 - Valvekoeraks
 - Töökoeraks (nt jahikoer)

- Võistluskoeraks
 - Muu (palun täpsustage)
6. Kas Teil on tõutunnistusega koer?
- Jah (märkige tõug)
 - Ei
7. Kust saite infot soovitud tõu kohta?
- Sõpradelt/tuttavatelt
 - Internetist
 - Kennelitest
 - Koertenäitustelt
 - Varjupaigast
 - Raamatutest
 - Muu (palun täpsustage)
8. Kas leitud infos esines vasturääkivusi?
- Jah (tooge palun näide)
 - Ei
9. Millist hinda maksite koera/koerte eest?
- 0 eurot
 - 1-50 eurot
 - 51-100 eurot
 - 101-500 eurot
 - 501-700 eurot
 - 701-1000 eurot
 - 1001-1500 eurot
 - 1501-ja rohkem
10. Kas kaalusite ka „tõupaberiteta tõukoera“ ostmist?
- Jah
 - Ei
11. Mis sai määravaks valiku tegemisel tõupaberitega/tõupaberiteta koera kasuks?
- Hind
 - Koera tervislik seisund

- Koera vanemate kontrollitud tervis
- Korrektne ostu-müügi lepingu sõlmimine
- Koera müüja usaldusväärsus
- Ooteaeg koera kätte saamiseks
- Koera asukoht
- Muu (palun täpsustage)

12. Kas järgmiseks koeraks võtaksite

- Tõukoera
- Krantsi
- Põhjendage oma valikut.

13. Nimetage, milliseid teisi lemmikloomi teil on?

14. Vastaja sugu

- Naine
- Mees

15. Vanus

16. Teie elukoht:

- Korter linnas
- Eramaja linnas
- Ridaelamu linnas
- Korter maal
- Eramaja maal
- Ühiselamu
- Muu (täpsustage palun)

17. Leibkonna koosseis

- Üks täiskasvanu
- Kaks täiskasvanut
- Üks täiskasvanu ja laps(ed)
- Kaks täiskasvanut ühe lapsega
- Kaks täiskasvanut kahe lapsega
- Kaks täiskasvanut kolme ja enama lapsega
- Muu (palun täpsustage)

18. Kuine netosissetulek leibkonna liikme kohta?

- Kuni 200 eurot
- 201-400 eurot
- 401-600 eurot
- 601-800 eurot
- 801-1000 eurot
- 1001 ja rohkem eurot

Lisa 2. Lemmikloomaturu pakkumise küsimustik

1. Kas omate Eesti Kennelliidus registreeritud kennelnime?

- Jah
- Ei

2. Mis tõugu koeri kasvatate?

3. Mitu koera Teil kodus on?

- 1-2
- 3-5
- 6-10
- 11-15
- 16-20
- 21 ja enam

4. Kas Teil on kaasomandis koeri?

- Jah (mitu)
- Ei

5. Kui tihti teete pesakondi?

- Korra või rohkem aastas
- Korra kahe aasta jooksul
- Korra kolme aasta jooksul
- Harvem
- Muu (palun täpsustage)

6. Mis ajendab Teid pesakonda tegema?

- Tõu arendamine
 - Soov endale kutsikas saada
 - Tulu teenimine
 - Nõudlus selle tõu/koera kutsikate järele
 - Muu (nimetage)
7. Kas müüte kutsikaid registreerimistunnistusega?
- Jah
 - Ei
8. Millise hinnaga müüte oma kutsikaid? (Palun tooge välja hinnavahe)
9. Milliseid kanaleid kasutate kutsikate müümiseks?
- Koduleht
 - Ostu-müügi portaalid
 - Facebook
 - Ajaleht
 - Raadio
 - Muu (nimetage)
10. Kas olete keeldunud mõnele inimesele kutsikat müümast?
- Jah (palun selgitage miks)
 - Ei
11. Milliseid probleeme näete Eesti tõukoorte turul?
12. Sugu
- Naine
 - Mees
13. Vanus
14. Elukoha tüüp
- Korter linnas
 - Eramaja linnas
 - Ridaelamu linnas
 - Korter maal
 - Eramaja maal
 - Muu (täpsustage palun)

SUMMARY

FACTORS INFLUENCING THE ESTONIAN PETMARKET ON THE BASIS OF AN EXAMPLE OF PUREBRED DOGS

Heleri Ilves

This thesis deals with the situation on the Estonian petmarket and peculiarities thereof and also with the factors influencing the demand and supply of pets. As there is very limited information available regarding pets in Estonia, the author concentrates on purebred dogs, whose data is readily available. The author will find out factors influencing the demand and supply of puppies in the Estonian petmarket on the basis of an example of purebred dogs.

This is an important subject as the Estonian petmarket is characterised by significant overproduction of pets. An insufficient demand results in too many homeless pets. The worst situation is with cats and dogs of which many end up in an animal shelter. The second most topical problem is abandoning of pets very easily when some problems arise. These pets need a new home as well and this makes the situation on the petmarket even more complicated.

The aim of this thesis is to find out main factors influencing the demand and supply on the Estonian petmarket on the basis of an example of purebred dogs. To fulfil the aim of this thesis the author set the following research tasks:

- to give an overview of petmarket and peculiarities thereof;
- to bring out main factors influencing the demand and supply on the petmarket;
- to prepare and carry out a survey among the breeders and potential dog owners;
- to find out main factors influencing the Estonian petmarket on the basis of an example of purebred dogs;

- to draw conclusions and give suggestions regarding the petmarket.

As a result of the theoretical part of this work, it came out that the sellers and buyers do not act on the petmarket the same way as it is stipulated in the classical market theory. The main goal of the sellers is not to earn profit, as they are dealing with live animals. Also the seller chooses to whom he/she sells a puppy to and to whom not. If on a regular market the seller advertises the goods, on a petmarket the buyer has to search information about the puppies and thereafter contact the breeder. Breeders usually display information about their litters only on homepages and in social media and that is the only advertising they make.

The main problem on the petmarket in Estonia and also in other countries is overproduction. Every year litters are born for whom there is no home. The latter statement is proven by the number of pets in animal shelters. The major problem on the market of purebred dogs are the sellers, who advertise their litters using some breed name, but actually these dogs have no pedigree. Sellers who sell their dogs as purebred dogs without pedigree are not breeders, because they are not breeding dogs but usually mate dogs who have not passed any health checks and often have some character issues. Producing litters by using dogs with these disadvantages has a very bad influence on the breed they pretend to represent, because there is a possibility that the outcome is many dogs with possible hereditary diseases, who in their turn can also have puppies in the future and thus deteriorate even further the image of the breed they are supposed to represent.

Pursuant to the demand theory the demand for goods will increase if the price drops and will reduce if the price increases. On the petmarket the demand does not always depend on the price, especially when dealing with purebred dogs. When the buyer knows what characteristic features a dog must have and in which activities he/she wants to participate with this particular dog, the buyer is ready to pay higher price for the right dog. Buyers, who only think about the price, should not have a dog at all, as the price they pay for the dog forms only a small part of the costs they have to face in the future.

One very important factor influencing the demand is the inconsistency of information. On the market of purebred dogs it is very important for buyers to find information about the breed they are interested in, but finding the correct information can be complicated. Various information can be found in internet, however this information is not necessarily always correct. Even when you talk to several breeders you can get very different information about one and the same breed.

Besides price and inconsistency of information, there are several other factors influencing the demand on the petmarket. The author gave a detailed overview of other factors in the theoretical part of this paper. The author came to the conclusion that the most important factors influencing the demand on the petmarket are the price, income of the buyers, trends and taste of the buyers and inconsistency of information.

The supply on a market should depend on the sales price, meaning that when the price goes up, the suppliers are ready to produce and sell more and vice versa. On the petmarket the supply does not always depend on the sales price, because the aim of the breeders is not to earn profit. On the market of purebred dogs the usual reason the breeders have litters is to improve the breed or to get a puppy for themselves.

Earlier in this thesis the author pointed out that breeders do not advertise their litters actively. So when compared to other markets the situation on the petmarket is just the opposite, meaning that the buyers have to find the sellers on their own. The breeders may also refuse to sell a puppy to someone, when they think that the particular buyer is not competent to take care of the dog or the buyer seems to be unreliable.

In the theoretical part of this thesis the author gave an overview of several factors influencing the supply on the petmarket. According to the author the most important factors are the demand, the number of the sellers and the ambition of the breeders.

In the empirical part of this thesis the author found out factors influencing the Estonian petmarket on the basis of an example of purebred dogs. To do this the

author carried out two surveys one of which was devoted to the demand and the other to the supply. On the basis of the results of these surveys the author brought out factors influencing the demand and supply on the Estonian petmarket. Regarding demand, the most important factors are a living space, season, reason why people want to have a dog, accuracy of the available information, reliability of the seller and whether the puppy's parents are health checked or not. For one type of buyers the only thing that matters is the price, but the author is of opinion that this is not correct. The most important factors influencing the supply on the petmarket are how often breeders plan litters, what is the reason behind having the litter, finding a right buyer and the awareness of buyers.

As a conclusion it can be said that it is necessary to increase the awareness of the meaning of a pedigree of a dog - what information does it contain for a buyer and why it is important. Also to reduce the number of animals sterilization and castration of animals should be promoted more enthusiastically, since too many animals end up in a shelter. At the same time it came out from the thesis that the Estonian pet culture has developed and is currently moving in a positive direction.

Mina, Heleri Ilves, (sünnikuupäev: 27.02.1991)

1. annan Tartu Ülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) enda loodud teose „Eesti lemmikloomaturgu mõjutavad tegurid tõukoerte näitel“,

mille juhendaja on Juta Sikk,

1.1.reprodutseerimiseks säilitamise ja üldsusele kättesaadavaks tegemise eesmärgil, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace-is lisamise eesmärgil kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni;

1.2.üldsusele kättesaadavaks tegemiseks Tartu Ülikooli veebikeskkonna kaudu, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace'i kaudu kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni.

2. olen teadlik, et punktis 1 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile.

3. kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei rikuta teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse seadusest tulenevaid õigusi.

Tartus, 26.05.2015.